

**PENGARUH *SELF-CONTROL* TERHADAP *FASHION INVOLVEMENT* MAHASISWI UIN MAULANA  
MALIK IBRAHIM MALANG  
ANGKATAN 2015**

**SKRIPSI**



Oleh :  
**Vinta Anggraini**  
15410194

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2019**

**PENGARUH *SELF CONTROL* TERHADAP *FASHION INVOLVEMENT*  
MAHASISWI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
ANGKATAN 2015**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada:

Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
Malang untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana  
Psikologi (S.Psi)

Oleh:

Vinta Anggraini  
NIM. 15410194

**JURUSAN PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM  
MALANG  
2019**

**PENGARUH *SELF CONTROL* TERHADAP *FASHION INVOLVEMENT*  
MAHASISWI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
ANGKATAN 2015**

**SKRIPSI**

Oleh:

Vinta Anggraini  
NIM. 15410194

Telah disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing



**Fina Hidayati, M.A**  
**NIP. 19861009 201503 2002**

Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



**Dr. Siti Mahmudah, M.Si**  
**NIP. 19671029 1994 03 20001**

PENGARUH *SELF CONTROL* TERHADAP *FASHION INVOLVEMENT*  
MAHASISWI UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
ANGKATAN 2015

SKRIPSI

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing Skripsi

Anggota Penguji Lain  
Penguji Utama

Fina Hidayati, M.A  
NIP. 19861009 201503 2002

Dr. Mohammad Mahpur, M.Si  
NIP. 19760505 200501 2003

Ketua Penguji

H. Aris Yuana Yusuf Lc., MA  
NIP.19730709 200003 1002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Psikologi tanggal 13 Mei 2019

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Psikologi  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah, M.Si  
NIP. 19671029 1994 03 20001

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : VINTA ANGGRAINI

NIM : 15410194

Fakultas : Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim  
Malang

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **Pengaruh *Self Control* Terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015** adalah benar merupakan karya sendiri dan tidak melakukan tindak plagiat dalam penyusunan skripsi tersebut. Adapun kutipan-kutipanyang ada dalam penyusunan skripsi ini telah saya cantumkan sumber pengutipannya dalam daftar pustaka. Saya bersedia untuk melakukan proses sebagaimana mestinya sesuai undang-undang jika ternyata skripsi ini secara prinsip merupakan plagiat karya orang lain dan bukan merupakan tanggung jawab Dosen Pembimbing ataupun Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Malang, 30 April 2019

Penulis,



VINTA ANGGRAINI

NIM. 15410194

## MOTTO

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Wahai orang-orang yang beriman! Bersabarlah kamu dan kuatkanlah kesabaranmu dan tetaplah bersiap siaga (di perbatasan negerimu) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu beruntung.” (Al-Qur’an, Ali-Imran : 200)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya tulis ini kepada kedua orang tuaku, Bpk. Anang Hadi Purwanto dan Ibu Rokhaini yang senantiasa memberikan do'a dan dukungannya tanpa batas. Adikku Aulia Rizky Rahmadani dan Nenekku Kasiyah yang turut memberikan semangat serta selalu mengingatkan akan cita-cita dimasa depan. Sahabat dan rekan-rekanku yang selalu mensupport dan selalu menghibur dikala suntuk dalam proses pengerjaan skripsi ini. Dosen pembimbing yang saya hormati Ibu Fina Hidayati, M.A serta dosen dan seluruh civitas akademikan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq serta hidayahNya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Self Control* terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015”, sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW. Penulisan karya ini dilakukan dalam rangka memenuhi sebagian persyaratan guna mendapatkan gelas Sarjana Psikologi (S.Psi) di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Peneliti menyadari bahwa tanpa bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan karya tulis ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

- 1) Prof. Dr. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- 2) Dr. Siti Mahmudah, M.Si selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- 3) Muhammad Jamaluddin, M.Si selaku Dosen Wali sekaligus kepala jurusan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

- 4) Fina Hidayati, M.A selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak masukan, arahan, serta motivasi yang sangat berarti bagi peneliti.
- 5) Segenap tenaga pengajar Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah membagikan ilmunya selama menempuh pendidikan S1.
- 6) Segenap staf dan karyawan yang sabar melayani segala administrasi yang dibutuhkan peneliti.
- 7) Responden, seluruh mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 yang berpartisipasi dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Serta rekan-rekan yang membantu dalam penyebaran angket penelitian.
- 8) Papaku, Anang Hadi Purwanto dan Mamaku, Rokhaini tercinta yang selalu memberikan dukungan serta motivasi untuk segera menyelesaikan penulisan skripsi ini. Serta adikku Aulia Rizky yang tidak mengganggu selama pengerjaan skripsi.
- 9) Abangku, Yurliansyah Hirma Fajar yang senantiasa memotivasi, mensupport dan menemani dalam proses pengerjaan skripsi.
- 10) *Special thanks for* Arini Fiki Amalina yang bersedia menampungku dikosnya dan senantiasa menyemangati dan menemani dalam pengerjaan skripsi. Serta teman-teman yang telah bersedia direpotkan dengan pertanyaan-pertanyaan seputar skripsi.

- 11) *Social Support*-ku geng tatak, kontrakan himaburi, dan toilet 5000 serta grup ghibah Hits Elektrikku dan teman-temanku lainnya yang senantiasa menyemangati dan menghibur selama proses pengerjaan skripsi ini.
- 12) Teman-teman seperjuanganku dalam pengerjaan skripsi, keluarga besar Dandelion, teman-teman se-angkatan, se-dosen wali dan se-bimbingan, yang bersedia berbagi pengetahuan seputar penelitian yang dilakukan.
- 13) Terakhir, kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam penyusunan hingga finalisasi penelitian ini, peneliti mengucapkan terimakasih sedalam-dalamnya.

Semoga Allah memberikan imbalan yang setimpal atas sbantuan dan dukungan serta jerih payah yang diberikan kepada peneliti sehingga skripsi ini terselesaikan. Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan peneliti demi menyempurnakan karya tulis ilmiah ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis.

Malang, 30 April 2019

Peneliti

Vinta Anggraini

NIM. 15410194

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK.....	xvi
ABSTRAK.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan .....	9
D. Manfaat Penelitian	
1. Secara Teoritis.....	9
2. Secara Praktis.....	9

## BAB II KAJIAN TEORI

### A. *Fashion Involvement*

1. Definisi Fashion Involvement.....11
2. Dimensi-dimensi Fashion Involvement .....15
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi fashion involvement.....17
4. Pandangan Islam tentang Fashion Involvement.....20

### B. *Self-control*

1. Definisi Self-control.....23
2. Aspek-aspek Self-control .....26
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi Self-control .....28
4. Jenis-jenis Self-control.....29
5. Teknik Self-control .....30
6. Pandangan Islam tentang Self-control .....32

### C. Hubungan Self-control dengan Fashion Involvement.....35

### D. Hipotesis.....38

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### A. Rancangan Penelitian .....39

### B. Identifikasi Variabel.....40

### C. Definisi Operasional.....41

### D. Subjek Penelitian

1. Populasi.....42
2. Sampel.....44
3. Tempat Penelitian.....46

### E. Metode Pengumpulan Data

1. Skala.....46
2. Observasi.....47
3. Wawancara.....48

### F. Instrumen Pengumpulan Data

1. Skala Self-control.....50

2. Skala Fashion Involvement.....	50
G. Validitas dan Reliabilitas	
1. Validitas .....	52
2. Reliabilitas .....	54
H. Teknik Analisis Data	
1. Analisis Data Deskripsi.....	57
2. Analisis Data Regresi.....	59
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Pelaksanaan Penelitian	
1. Deskripsi Tempat Penelitian .....	61
2. Waktu dan Tempat Penelitian.....	63
3. Keadaan Demografi Subjek .....	63
B. Hasil Penelitian	
1. Uji Asumsi .....	64
2. Analisa Data Deskriptif .....	66
3. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	71
C. Pembahasan Hasil Penelitian	
1. Tingkat <i>Self Control</i> .....	75
2. Tingkat <i>Fashion nvolvement</i> .....	78
3. Pengaruh <i>Self Control</i> terhadap <i>Fashion Involvement</i> .....	82
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. KESIMPULAN.....	88
B. SARAN.....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi.....	43
Tabel 3.2 Sampel Penelitian.....	45
Tabel 3.3 Blueprint Skala <i>Self Control</i> .....	50
Tabel 3.4 Blueprint Skala <i>Fashion Involvement</i> .....	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Valisitas Skala <i>Self Control</i> .....	53
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Skala <i>Fashion Involvement</i> .....	54
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
Tabel 3.8 Rumus Kategorisasi .....	59
Tabel 4.1 Data Demografis Subjek.....	63
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas .....	64
Tabel 4.3 Hasil Uji Linieritas.....	65
Tabel 4.4 Pengkategorisasian Tingkat <i>Fashion Involvement</i> .....	67
Tabel 4.5 Hasil Deskripsi Tingkat Tingkat <i>Fashion Involvement</i> .....	67
Tabel 4.6 Pengkategorisasian Tingkat <i>Self Control</i> .....	70
Tabel 4.7 Hasil Deskripsi Tingkat Tingkat <i>Fashion Involvement</i> .....	70
Tabel 4.8 Koefisien Korelasi.....	72
Tabel 4.9 Uji Signifikasi .....	72
Tabel 4.10 koefisien Korelasi Sederhana.....	73

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Hubungan Antar Variabel .....	40
Gambar 4.1 Distribusi Tingkat <i>Fashion Involvement</i> .....	68
Gambar 4.2 Distribusi Tingkat <i>Self Control</i> .....	71



## DAFTAR LAMPIRAN

Skor Hasil Penelitian Variabel Self Control .....	96
Skala Penelitian Self Control .....	99
Skor Hasil Penelitian Variabel Self Control .....	102
Skor Hasil Penelitian Variabel Fashion Involvement .....	112
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	122
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	124
Hasil Uji Asumsi .....	126
Hasil Uji Regresi .....	130

## ABSTRAK

Anggraini, Vinta. 2019. *Pengaruh Self control terhadap Fashion involvement pada Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015*. Skripsi. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing : Fina Hidayati, M.A

---

Kata Kunci : *Self control, Fashion involvement.*

Dewasa ini, perkembangan trend *fashion* sangatlah pesat. Ketika *fashion* telah menjadi gaya hidup seseorang, secara tidak langsung orang tersebut akan mencari informasi tentang *fashion* dan terlibat dalam perkembangannya. Keterlibatan (*Involvement*) seseorang terhadap *fashion* dapat dilihat dari seberapa besar tingkat ketertarikan konsumen terhadap produk-produk *fashion* dalam mengikuti trend yang ada. Ketika seseorang terlibat dalam *fashion*, ia akan menggunakan setiap produk *fashion* mulai dari berdasarkan kebutuhan maupun keinginannya untuk tampil menarik dilingkungan sosialnya. Dalam hal ini kontrol diri terlihat dari sejauh mana perilaku individu dalam penggunaan *fashion* dikehidupan sehari-harinya. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana tingkat *self control*, *fashion involvement* serta pengaruh *self control* terhadap *fashion involvement* mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat *self control*, *fashion involvement*, serta pengaruh *self control* terhadap *fashion involvement* Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jumlah subjek 148 yang didapat menggunakan teknik sampling probability dengan sampel mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015. Pengambilan data menggunakan 2 skala, yaitu skala *self control* dan skala *fashion involvement*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh *self control* terhadap *fashion involvement*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat *self control* berada pada kategori sedang dengan presentase 78,38% dan *fashion involvement* berada pada kategori sedang dengan presentase 76,35%. Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana, diperoleh nilai F hitung sebesar 49,634 dengan signifikansi 0,000 atau  $p < 0,05$ . Selain itu diperoleh nilai R Square sebesar 0,254, hal tersebut menunjukkan bahwa 25,4% *fashion involvement* dipengaruhi oleh *self control*, dan sisanya 74,6 dipengaruhi faktor lain yang belum terungkap dalam penelitian ini.

## ABSTRACT

Anggraini, Vinta. 2019. The Influence Self Control towards Fashion involvement on female college students in Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang batch 2015. Thesis. Faculty of psychology Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

Thesis Advisor : Fina Hidayati, M.A

---

Nowdays, fashion trends development is very rapid. When fashion has become a person's lifestyle, she indirectly will looking for information about fashion and get involved in its development. Person's Involvement towards fashion can be seen from extent level of consumer interest towards fashion products an existing trend following. When a person gets involved in fashion, she will use every fashion products based other needs or desires to appears more attractive in her social environment. In this case, Self controls visible from the extent of individual behavior in the use of late fashion of her daily life. The main problem of this research is to know how the level of Self control, Fashion involvement and the influence of the Self control towards fashion involvement on female college students in Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang batch 2015.

The main purpose of this research is to know the level of Self control, Fashion involvement and the influence of the Self control towards fashion involvement on female college students Maulana Malik Ibrahim State Islamic university Malang batch 2015.

This research uses quantitative approach, with total number of 148 subjects obtained by using the sampling probability, from the sample of female college students in Maulana Malik Ibrahim State University Malang batch 2015. Data Retrieval uses 2 scale, those are self control scale and fashion involvement scale. Data analytical of this research uses descriptive data analysis and simple linear regression. The results of the research indicate the influence of self control toward fashion involvement.

The results of the research indicate level of self control in the medium category with a percentage of 78,38% and fashion involvement in the medium category with a percentage 76,35%. Based on the result of simple linear regression analysis, obtained F count value of 49,634 with significance of 0,000 or  $p < 0,05$ . Besides that, the R Square value is 0.254, That indicate 25,4% of fashion involvement influenced by self control, and the rest of 74,6 % influenced by other factors that have not been revealed in this research.

**Keywords** : Self control, Fashion involvement.

### المستخلص

انغرايني، فينتا (2019). تأثير ضبط النفس على تطور الموضة عند طالبات الجامعة الحكومية الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج عصابة 2015. أطروحة. كلية علم النفس. الجامعة الحكومية الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج.

المشرفة : فينا هدايتي، الماجستير  
الكلمات الرئيسية : ضبط النفس، تورط الموضة

في هذه الايام، تقدمت اتجاه الموضة تقديماً. حينما تصير الموضة نمط حياة النفس، فيطلب بدون مباشرة معلومات حول الموضة وما في تقدمها. تورط النفس على الموضة ينظر بكثرة جملة اهتمام المستهلكين الى مصنوع الموضة لاتباع الاتجاه الآن. حينما يتورط النفس، فيستعمل كل منتج الموضة لاجل الاحتياج او ارادته ليبرز جاذبا في البيئة الاجتماعية. وهنا، ضبط النفس ينظر بمدى سلوك الفرد عند استعمال الموضة في اليومية. صيغة المشكلة في هذا البحث هي كيفية مستو ضبط النفس، و تورط الموضة و تأثير ضبط النفس الى تورط الموضة عند طالبات الجامعة الحكومية الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج عصابة 2015.

هذا البحث يهدف الى تبين مستو ضبط النفس، و تورط الموضة و تأثير ضبط النفس الى تورط الموضة عند طالبات الجامعة الحكومية الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج عصابة 2015.

هذا البحث يستعمل نهجا كميًا بجملة 148 مواضع باستخدام تقنيات أخذ العينات الاحتمالية بالعينات طالبات الجامعة الحكومية الإسلامية مولانا مالك إبراهيم مالانج عصابة 2015. اما اخذ البيانات بمقياسين، هما مقياس ضبط النفس ومقياس تورط الموضة. استخدم تحليل البيانات في هذه البحث تحليل البيانات الوصفية والانحدار الخطي البسيط. نتيجة البحث يدل على تأثير ضبط النفس الى تورط الموضة.

نتيجة البحث تبين على مستوى ضبط النفس في الفئة المتوسطة مع نسبة 78.38% تورط الموضة هي في الفئة المتوسطة بنسبة 76.35%. ومن نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط تنال قيمة F المحسوبة 49,634 باهمية 0,000 او قيمة  $p < 0,05$ . وغير ذلك تنال قيمة R Square 0,254، مما يدل على أن تورط الموضة بنسبة 25.4% تتأثر بضبط النفس، والباقية بنسبة 74.6% تأثرها عوامل أخرى لم تكشف في هذه الدراسة.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

*Fashion* merupakan istilah yang tidak asing lagi dalam kehidupan sehari-hari. *Fashion* seringkali diidentikkan dengan pakaian atau busana. Padahal, *fashion* dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang sedang tren dikalangan masyarakat. Jadi tidak hanya pakaian, bisa juga barang-barang yang digunakan sebagai penunjang penampilan seperti tas, sepatu, jam tangan serta aksesoris lainnya. Perkembangan dunia *fashion* pun terus meningkat dan mengalami perubahan seiring berkembangnya jaman.

Tingkat perekonomian bisnis online maupun ritel (pemasaran produk secara langsung) produk *fashion* di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan. Hal tersebut dikarenakan potensi pasar yang cukup besar, seiring dengan berkembangnya *trend mode fashion* yang mengalami proses modernisasi dalam era globalisasi. Terbukanya peluang dipasar domestik menyebabkan banyak pengusaha baik dalam maupun luar negeri melakukan aktivitasnya di Indonesia yang akhirnya menyebabkan meningkatnya jumlah toko-toko modern dan banyaknya produk-produk asing yang mewarnai pasar Indonesia (Hermanto 2016).

Globalisasi juga menyebabkan adanya perkembangan gaya hidup masyarakat, dalam hal ini *fashion* yang dipilih seseorang dapat menunjukkan gaya hidup sehari-harinya. Seseorang yang *Fashionabel*,

secara tidak langsung mengkonstruksikan dirinya sebagai seseorang yang memiliki gaya hidup modern serta selalu mengikuti tren yang ada. Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam dunia modern, gaya hidup membantu menentukan sikap dan nilai-nilai serta status sosial dalam masyarakat (Barnard, 2011).

Saat *fashion* menjadi gaya hidup seseorang, secara tidak langsung orang tersebut akan mencari tahu segala informasi tentang *fashion* serta terlibat dalam perkembangannya, keterlibatan yang dimaksud disebut dengan *Involvement*. *Involvement* merupakan motif/dorongan yang membuat seseorang tertarik atau ingin membeli barang atau jasa yang dilihat, ditawarkan maupun karena situasi yang memungkinkan. Menurut O'Cass (2004), menyatakan bahwa *Involvement* juga dapat diartikan sebagai minat atau bagian dari *motivasional* yang ditimbulkan oleh stimulus atau situasi tertentu dan ditunjukkan melalui ciri penampilan (Susiska, 2013).

*Fashion Involvement* merupakan keterlibatan seseorang terhadap suatu produk pakaian yang dikarenakan adanya kebutuhan, ketertarikan, dan kepentingan serta nilai yang terandung dalam produk tersebut (Sultana 2016). Menurut O'Cass (2001), *Fashion Involvement* adalah persepsi konsumen akan pentingnya *fashion*. *Fashion involvement* dapat dilihat dari tingkat ketertarikan konsumen terhadap suatu produk *fashion* tertentu, tingkat ketertarikan konsumen terhadap produk tersebut tergantung dari sejauh mana keterlibatan *fashion* tersebut dalam mengikuti tren yang ada.

Seseorang yang terlibat dalam dunia *fashion* akan selalu mencari informasi tentang perkembangan tren *fashion* yang ada.

Auty dan Elliott's (1998) menjelaskan bahwa persepsi terkait suatu merk/brand dianggap berbeda sesuai dengan usia dan jenis kelamin konsumen. Hasil dari penelitiannya juga menunjukkan bahwa wanita dan remaja merupakan konsumen yang paling mengerti tentang hal-hal yang sedang tren (McFatter, 2005).

O'cass meneliti hubungan antara jenis kelamin, *self-monitoring*, *materialism*, motif pembelian pakaian, usia dan *fashion involvement*. O'Cass juga membagi *Fashion Involvement* menjadi 2, yaitu keputusan pembelian dan keterlibatan dalam produk *fashion*. Dan usia serta jenis kelamin terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan keterlibatan dalam produk *fashion* dimana wanita dan remaja memiliki keterlibatan yang jauh lebih tinggi didalamnya (O'Cass, 2001).

Keterlibatan individu terhadap *fashion* ini memerlukan suatu kemampuan untuk mengontrol atau mengarahkan dirinya (*self control*) agar keterlibatan tersebut tidak berdampak negatif. Kemampuan *self control* dapat membantu seseorang untuk berperilaku lebih terarah dan menjadi pribadi yang lebih baik. *Self control* juga dibutuhkan untuk mengatur dan mengarahkan perilaku yang diinginkan ketika menghadapi suatu stimulus sehingga menimbulkan konsekuensi yang diinginkan serta menghindari hal-hal yang tidak diinginkan.

Dalam hal ini, keterkaitan antara kontrol diri (*Self-Control*) dengan keterlibatan seseorang terhadap *fashion* (*Fashion involvement*) adalah ketika seorang individu terutama mahasiswa terlibat dalam penggunaan produk-produk *fashion* yang ada, mulai dari berdasarkan kebutuhan atau tren serta pergaulan dalam lingkungan sosialnya, kontrol diri individu terletak pada sejauh mana individu tersebut terlibat dalam penggunaannya. Hal tersebut sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Rodin (dalam Sultana, 2016) yang menyatakan bahwa dengan adanya kemampuan *self control*, seseorang dapat menentukan keputusan dan mengambil tindakan yang efektif agar menghasilkan dampak yang diinginkan dan menghindari dampak yang tidak diinginkan.

Kontrol diri dalam hal *fashion* juga dianjurkan bagi seluruh umat islam terutama muslimah. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf (7) ayat 31 :

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

“Wahai anak cucu adam! Pakailah pakaian kalian yang indah pada setiap kalian ke Masjid (tempat ibadah) dan makanlah serta minumlah oleh kalian dan jangan pula kalian berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak suka akan orang yang berlebih-lebihan.”(QS. Al-A'raf, 7: 31)

Dari ayat diatas, Allah SWT menganjurkan seseorang untuk mengenakan pakaian yang baik dan indah ketika akan pergi ke masjid (tempat beribadah) akan tetapi dilarang untuk berlebih-lebihan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai seorang muslim harus dapat mengontrol diri

untuk berpakaian yang baik dan indah akan tetapi tidak berlebihan dan tidak menyalahi aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh peneliti, perkembangan tren *fashion* terutama *fashion hijab* juga sangat berpengaruh terhadap penampilan mahasiswi khususnya mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015. Hal tersebut dapat dilihat dari *fashion* yang mereka aplikasikan cukup mengikuti perkembangan trend *fashion* yang ada. Sebagai Universitas berlatar belakang Islam, hampir seluruh kegiatan yang dilaksanakan diuniversitas ini berhubungan dengan religi, baik dalam mata kuliah dan kegiatan ekstra maupun kegiatan lain yang diadakan oleh universitas. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ini juga mewajibkan seluruh mahasiswinya untuk berpakaian layaknya seorang muslim/ah. Mahasiswa baru diwajibkan tinggal di ma'had selama satu tahun dan dalam kesehariannya mahasiswa diharuskan mengikuti semua kegiatan ma'had yang berhubungan dengan keagamaan mulai dari sholat berjama'ah, ta'lim, membaca diba', serta tahfidz al-qu'an. Setelah masa tinggal di ma'had usai, mahasiswa dibebaskan untuk tinggal dikos, kontrakan, asrama atau bahkan tetap tinggal di ma'had dengan menjadi murobbi/murobbiah. Hal tersebut dapat berpengaruh terhadap keputusan dan gaya berpakaian individu.

Hasil penelitian Faqieh, dkk (2006) yang berjudul "Faktor-faktor yang berkaitan dengan motivasi berbusana muslim Mahasiswi UII" menyebutkan bahwa faktor-faktor yang berkaitan dengan motivasi

mahaiswi UII dalam berbusana muslim diantaranya yaitu latar belakang pendidikan, pembinaan keagamaan, dukungan instansi, perilaku keagamaan (keberagaman), pergaulan, persepsi tentang kewajiban berbusana muslim dan faktor gaya hidup. Berdasarkan hasil penelitian tersebut lingkungan dan latar belakang baik pendidikan maupun keagamaan individu berpengaruh terhadap motivasi seseorang dalam berpakaian.

Dari hasil wawancara yang telah dilakukan peneliti, kurangnya kontrol diri juga dialami oleh subjek penelitian. Sebagai seorang perempuan yang selalu ingin tau model *fashion* yang sedang tren, kerap kali menghabiskan banyak waktu mereka dengan mengunjungi pusat perbelanjaan untuk sekedar melihat-lihat mode yang sedang tren. Selain itu subjek lain juga rela menempuh jarak yang jauh untuk mendatangi toko tas dan sepatu yang sedang mengadakan *sale* besar-besaran, subjek juga rela antri hingga berjam-jam demi mendapatkan barang yang diinginkan dengan harga terjangkau. Berikut beberapa hasil wawancara yang dilakukan peneliti :

“... sering sih (ke tempat perbelanjaan), ya jalan-jalan aja sambil liat-liat gitu tapi kalo beli-beli jarang, kecuali pas khilaf mata aja atau pas kecantol sama barang pada pandangan pertama... apalagi pas ada diskon gitu senengnya ga bisa dijelasin” (AM, Wawancara 30 Januari 2019)

Subjek juga lain menyatakan :

“... pernah antri di Ghealsy dari jam 11 sampe jam 2 siang gara-gara ada promo all aitem 20K. Itu pas diajak temen dan berhubung murah trus ada yang pengen dibeli ya berangkat. ... Bisa dapet barang yang

aku inginkan, kepuasan sama pengalaman...” (HM, Wawancara 30 Januari 2019)

Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyawati (2016) menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dan kecenderungan *impulsive buying* dimana semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi kecenderungan *impulsive buying*. Begitupun sebaliknya, semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah kecenderungan *impulsive buying*. Selain itu subjek lain menyatakan :

“Kalo aku sih jarang beli-beli gitu, soalnya aku sendiri bingung kayak ngga bisa milih gitu mau model-modelnya yang kayak gimana, yang bagus kayak gimana, yang lagi tren kayak gimana. Aku seringnya dipilihin sama ibu, kalo beli sendiri juga seringnya nanya sama ibu. Jujur gatau banget sama yang namanya *fashion*. ... kalo mau belanja aku udah punya gambaran yang aku butuhin apa jadi bisa langsung aja gitu...” (EP, Wawancara 29 Januari 2019)

Selain itu subjek lain juga menyatakan :

“Kalo masalah *fashion* aku santai sih, gamau ribet gitu. Jadi seadanya baju yang aku punya ya aku pake, yang penting pede aja gitu kan... lumayan sering si (ke tempat perbelanjaan)... ngga mesti beli kadang juga cuman liat-liat sambil jajan gitu...Ya aku suka liat-liat stylenya orang yang bagus gitu yang cantik, tapi ya itu tadi aku ngga suka ribet. Kalo pengen beli itu ya aku beli, pengen pake ini ya aku pake..” (MT, Wawancara 29 Januari 2019)

Berdasarkan pernyataan diatas ada pula subjek yang dapat mengontrol dirinya dalam ketertarikannya terhadap *fashion* akan tetapi belum mampu menggambarkan keterlibatannya terhadap *fashion* dimana seseorang yang terlibat dalam *fashion* mampu menentukan serta memilih sendiri *fashion* yang sesuai dengan karakteristik dirinya dan terlibat dalam perkembangan *fashion* yang ada dilingkungannya.

Tangney dkk (2004) menyebutkan bahwa besarnya tingkatan kecenderungan *self-control* berpengaruh terhadap kehidupan sosial, pola emosional dan interpersonal pada mahasiswa. Hasil dari penelitiannya ditemukan bahwa individu dengan pengendalian diri yang baik memiliki kemampuan interpersonal dan hubungan interpersonal yang baik serta memiliki pola emosional yang optimal sehingga dapat membuat kehidupan emosionalnya lebih baik daripada orang lain. Kaitannya dengan *fashion involvement* adalah ketika *self control* terhadap *interpersonal* yang baik digunakan oleh individu untuk menjadi pribadi yang lebih baik sehingga memunculkan karakteristik pribadi yang baik. Hal tersebut akan mempengaruhi individu dalam pemilihan *fashion* secara positif agar sesuai dengan karakteristik pribadinya.

Berdasarkan fenomena dan fakta diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui Pengaruh *Self Control* terhadap *Fashion Involvement* pada Mahasiswi UIN Maliki Malang Angkatan 2015.

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kontrol diri (*self-control*) Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015?
2. Bagaimana tingkat *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015?
3. Bagaimana pengaruh *Self-Control* terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015?

### C. Tujuan

Sejalan dengan rumusan masalah diatas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menjelaskan tingkat kontrol diri (*self-control*) Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015
2. Menjelaskan tingkan *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015
3. Menjelaskan pengaruh *Self-Control* terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015

### D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini, yaitu :

#### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan di bidang kajian ilmu psikologi perkembangan, pendidikan, maupun psikologi sosial yang berkaitan dengan Pengaruh *Self-Control* terhadap *Fashion Involvement* . Selain itu penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya terkait Pengaruh *Self-Control* terhadap *Fashion Involvement*.

#### 2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi peneliti selanjutnya, sebagai bahan atau sumber untuk mendukung penelitian selanjutnya. Serta dapat memberikan pemahaman kepada

masyarakat terutama mahasiswa tentang pengaruh kontrol diri terhadap *Fashion Involvement*.



## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. *Fashion Involvement*

##### 1. Definisi *Fashion Involvement*

Jean Baudrillard (dalam Ritzer, 2006), menyatakan bahwa *fashion* merupakan tahapan akhir suatu bentuk nyata yang relatif mudah untuk diperdagangkan dengan percepatan dan perkembangan pesan, informasi, tanda dan model, yang semakin efektif dalam menjangkau konsumen dari berbagai kalangan. Seperti yang terjadi saat ini, perkembangan teknologi memudahkan masyarakat untuk mendapatkan berbagai informasi tentang *fashion*. Media sosial, internet, televisi, majalah dan lain-lainnya pun semakin mudah untuk diakses setiap kalangan masyarakat. Jean Baudrillard menyelidiki dunia *fashion* sebagai sebuah paradigma yang didominasi oleh kode. Dalam *fashion*, semua yang kita lihat adalah permainan sederhana pengkodean. *Fashion* tidak menciptakan segalanya, *fashion* hanya menciptakan kode. Dalam hal ini *fashion* diciptakan tidak menurut ketetapan sendiri, melainkan dari suatu model tertentu yang selalu dan serta merta direproduksi oleh masyarakat dan model itu pun akhirnya menjadi yang paling menonjol diantaranya.

Menurut Barnard (2011:11), kata *fashion* berasal dari bahasa latin "*factio*" yang berarti "membuat atau melakukan". Maka dari itu makna sesungguhnya dari *fashion* merupakan sesuatu yang dilakukan

oleh seseorang, sedangkan dewasa ini *fashion* diartikan sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang. *Fashion* juga diartikan sebagai suatu bentuk dan cara bagaimana seorang individu menentukan tindakan yang akan dilakukannya dengan atau tanpa melibatkan seseorang. O’Cass (2004), mendefinisikan *fashion* sebagai suatu bentuk dan jenis prosedur atau cara bertindak yang dilakukan atau melibatkan (*Involvement*) seseorang. Sedangkan *Involvement* adalah dorongan yang membuat seseorang merasa tertarik atau ingin membeli serta memiliki suatu produk atau mengonsumsi jasa yang ditawarkan karena *display* yang menarik ataupun karena situasi yang memungkinkan individu tersebut membeli/memilikinya.

Menurut Zaichkowsky, *involvement* didefinisikan sebagai hubungan seseorang terhadap suatu objek berdasarkan kebutuhan, nilai dan ketertarikan. Kata “objek” memberikan pengertian umum dan mengacu pada suatu produk atau *brand*, iklan, situasi pembelian (Japariyanto dan Sugiono, 2011). Dalam dunia *fashion*, *Involvement* mengacu pada persepsi konsumen terhadap suatu produk, merk dan iklan. Sedangkan keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut tergantung pada keyakinan, kebutuhan dan penilaian mereka. Karena setiap produk dan merek memiliki makna yang berbeda bagi masing-masing konsumen, maka dari itu konsumen dapat menunjukkan keterlibatan yang berbeda dalam hal *fashion*.

Pakaian yang merupakan bagian dari salah satu produk *fashion* termasuk dalam kategori produk yang sering kali digunakan oleh konsumen untuk mencerminkan kehidupan sosial mereka. Japariyanto & Sugiyono (2011) menemukan bahwa keterlibatan konsumen terhadap pakaian memiliki hubungan yang sangat erat dengan karakteristik pribadi (yaitu wanita dan remaja) dan pengetahuan tentang *fashion*, dimana dapat mempengaruhi kepercayaan konsumen dalam membuat keputusan pembelian. McFather (2005) juga mengatakan bahwa konsumen yang keterlibatannya penuh (*high involvement*) terhadap mode pakaian, maka ia akan berusaha membeli pakaian terlebih dahulu sebelum rekan-rekannya dan akan mendorong rekan-rekannya untuk membeli pakaian itu juga.

*Fashion* dan pakaian adalah salah satu alasan terbentuknya kelompok-kelompok sosial, selain itu juga sebagai cara bagi kelompok-kelompok tersebut mengkomunikasikan identitasnya. *Fashion* dan pakaian juga merupakan cara terbentuknya suatu ketimpangan status sosial dan ekonomi yang seolah-olah benar, sehingga dapat diterima oleh seluruh elemen masyarakat. Tidak hanya orang-orang yang dominan didalamnya, akan tetapi juga orang-orang dalam posisi yang didominasi. Dengan demikian, komunikasi mempengaruhi individu menjadi anggota dari suatu komunitas dilingkungan sosialnya (Barnard, 2011).

Douglas dan Isherwood (dalam Barnard, 2011) menyatakan bahwa manusia membutuhkan barang-barang untuk berkomunikasi dengan manusia lain dan untuk memahami apa yang terjadi disekelilingnya. Dan untuk berkomunikasi hanya bisa dibentuk dalam sistem mana yang terstruktur. Berdasarkan pernyataan tersebut terdapat dua kesimpulan, yang pertama adalah bahwa *fashion* dan pakaian dapat digunakan untuk memahami dunia serta manusia-manusia yang ada didalamnya, sehingga *fashion* dan pakaian dapat dikatakan sebagai fenomena komunikatif. Kedua, bahwa sistem makna yang terstruktur yakni suatu budaya memungkinkan individu untuk mengonstruksi suatu identitas melalui sarana komunikasi. Maka dari itu dalam hal ini *fashion* dan pakaian merupakan salah satu sarana individu dalam berkomunikasi dilingkungan sosialnya.

O'Cass (2001) mengemukakan bahwa keterlibatan individu dalam *fashion* terutama produk pakaian, mempunyai hubungan yang erat dengan karakteristik pribadi dan pengetahuan tentang *fashion*. Dengan demikian hal tersebut dapat memengaruhi kepercayaan konsumen dalam menentukan keputusan untuk membeli suatu produk *fashion*. Selama keterikatan seseorang terhadap *fashion* dapat meningkatkan penjualan suatu produk, konsumen akan memperhatikan hal-hal yang terkait dengan branding suatu produk tersebut, mencari informasi serta memberikan lebih banyak upaya untuk memahami suatu dan memfokuskan perhatian pada informasi produk yang terkait

didalamnya, akan tetap disisi lain terdapat beberapa orang yang mungkin tidak mau repot untuk memperhatikan informasi mengenai suatu produk *fashion* yang diberikan.

Begitu pula dengan *fashion*, kebanyakan individu yang terlibat dalam *fashion* cenderung menghabiskan waktu dan uangnya untuk mendapatkan *style* terbaru, sedangkan beberapa orang cenderung beranggapan bahwa berbelanja hanyalah sebuah tugas (dalam hal ini sering kali laki-laki). Auty dan Elliot menyatakan bahwa *fashion involvement* bisa jadi berkaitan dengan kepekaan seseorang terhadap lingkungan sosialnya dimana mereka sangat termotivasi untuk menyesuaikan diri pada kelompok tertentu dengan memperhatikan *fashion* yang ada dalam kelompok lingkungannya.

Berdasarkan beberapa definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa *fashion involvement* merupakan ketertarikan atau minat seseorang terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan *fashion*.

## 2. Dimensi-dimensi *Involvement*

Menurut Peter & Olson (2013), terdapat dua dimensi dalam *Involvement*, diantaranya :

### a. Relevansi diri Intrinsik

Relevansi diri intrinsik merupakan keterlibatan (*involvement*) yang didasari oleh pengetahuan individu (konsumen) terhadap produk serta tujuan dari pembelian produk tersebut melalui pengalaman masalahnya yang masih tersimpan dalam memori (Peter & Olson,

2013:90). Misalkan seseorang yang membeli salah satu merek pakaian karena dari pengalamannya merek tersebut memiliki kualitas yang baik serta pakaian yang digunakan memang sedang dibutuhkannya.

b. Relevansi diri Situasional

Relevansi diri situasional merupakan keterlibatan seseorang yang ditentukan oleh aspek fisik yang ada pada saat itu serta dimana lingkungan fisik tersebut dapat mengaktifkan konsekuensi dan nilai penting dari suatu produk yang kemudian membuat produk tersebut relevan (Peter & Olson, 2013:90). Misalkan adanya promo diskon 50% dapat membuat seseorang yang tadinya tidak ingin membeli jadi membeli.

Sedangkan menurut Ferrinadewi (dalam Sultana,2016) aspek Involvement diantaranya:

a. Keterlibatan Normative

Persepsi individu akan pentingnya produk terhadap nilai-nilai pribadi, emosi dan ego konsumen yang disebut sebagai *sign involvement* yaitu hubungan antara citra pribadi konsumen terhadap produk.

b. Keterlibatan resiko subjektif

Perasaan dimana seseorang merasa bahwa pembelian yang dilakukan menimbulkan dampak-dampak negatif tertentu. Hal tersebut juga biasa disebut dengan *risk involvement*.

c. Keterlibatan jangka panjang

Merupakan keterlibatan yang didasari akan minat serta pengetahuan konsumen terhadap suatu produk sebagai satu kesatuan dalam jangka waktu yang relatif lama

d. Keterlibatan situasional

Persepsi akan pentingnya suatu keterikatan terhadap produk dalam bentuk loyalitas terhadap *brand* yang dipilih. Dalam hal ini keterlibatan hanya berlangsung sementara.

**3. Faktor yang mempengaruhi *Fashion Involvement***

Menurut O'Cass (2001:13), terdapat 3 faktor yang dapat mempengaruhi *Fashion Involvement*, yaitu:

a. *Materialism*

*Materialism* merupakan sekelompok karakteristik, nilai dan sikap yang memiliki hubungan dengan rasa ingin memiliki yang pada akhirnya mengarahkan individu untuk menentukan pilihan terhadap suatu hal. Maka dari itu, semakin tinggi kecenderungan sikap *materialism* seseorang maka akan semakin tinggi pula keinginan orang tersebut untuk memiliki sesuatu (sifat) dan berusaha untuk memilikinya (sikap) serta mempunyai prioritas tinggi akan kepemilikan (nilai yang dianut). Individu semacam ini akan menggunakan rasa kepemilikannya sebagai alasan demi

mendapatkan citra tertentu dan bergantung pada produk-produk tersebut untuk mempertahankan citranya.

b. Usia

Sifat materialistik ini berhubungan dengan usia seseorang. Dimana orang diusia dewasa muda dan dewasa cenderung lebih *materialistic* dibandingkan dengan anak-anak dan orang tua. Maka dari itu sangatlah penting untuk memperhatikan usia sebagai salah satu faktor yang dapat mempengaruhi *Involvement*.

c. Jenis kelamin

Menurut Sunarto (2000:112) jenis kelamin merupakan istilah yang mengacu pada perbedaan biologis antara laki-laki dengan perempuan. Jenis kelamin dapat diketahui melalui karakteristik fisik seperti postur tubuh, rambut, wajah, gaya berpakaian dan lain-lain. Menurut Goldsmith et.al. (1996) wanita merasa dirinya lebih inovatif dalam hal *fashion* dibandinglan dengan pria, akibatnya dalam pemilihan *fashion* wanita lebih dominan baik dari segi warna, model, dan tren.

Sedangkan Chatrine (dalam Sultana, 2016) mengemukakan bahwa dalam *involvement* terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti :

a. *Person Factor*

Keterlibatan yang diakibatkan oleh pengaruh dari orang lain, komunitas maupun kelompok yang terdapat dilingkungan sekitar

konsumen. Misalnya seseorang jadi terbiasa dan senang mengenakan hijab karena dilingkungan sekitarnya juga dipenuhi oleh orang-orang yang memakai jilbab dengan arah tujuan yang sama.

*b. Object Factors*

Suatu keterlibatan yang dapat terbentuk akibat adanya pengaruh dari kegunaan produk-produk tertentu yang sesuai dengan sesuatu yang sedang dibutuhkannya. Misalnya seorang muslimah yang membutuhkan hijab sebagai penutup auratnya, dimana pada saat ini model-model hijab sangat bervariasi sehingga mendorong seorang muslim memiliki setiap model hijab yang sedang trend.

*c. Situational Factor*

Dalam hal ini keterlibatan seseorang dipengaruhi oleh keunggulan atau hal baru dari suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Misalnya suatu smartphone yang memiliki fitur-fitur yang lebih canggih dari tipe-tipe sebelumnya, hal tersebut dapat mempengaruhi keinginan konsumen untuk membelinya.

Menurut Zaichkowsky (dalam Susiska, 2013), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi *Involvement* dibagi menjadi 3, yaitu : 1) faktor manusia, faktor manusia ini berasal dari manusia itu sendiri seperti kebutuhan, kepentingan, ketertarikan serta nilai. 2) faktor objek (pendorong keterlibatan) , faktor objek atau faktor pendorong keterlibatan ini merupakan faktor-faktor yang memicu manusia

melakukan keterlibatan. Dalam hal ini merupakan pemicu yang mendorong manusia melibatkan diri dalam dunia *fashion*. 3) faktor situasi, faktor situasi merupakan faktor pendukung bagi manusia untuk melibatkan dirinya sendiri dari adanya kesempatan atau tidak seseorang dalam pembelian atau penggunaan yang dilakukannya.

#### 4. Pandangan Islam Tentang *Fashion Involvement*

*Fashion* merupakan bagian dari gaya hidup masyarakat dan dapat mencerminkan *personality* serta status sosial seseorang. Bagi orang yang gemar akan *fashion* mereka pasti akan sangat memperhatikan penampilannya, sehingga bagi mereka membeli pakaian bukan lagi sebagai memenuhi kebutuhan saja tetapi mereka lebih mengutamakan tren, mode, merek serta kualitas. Hal ini yang menyebabkan masyarakat memiliki keterlibatan terhadap produk *fashion* (*Fashion Involvement*). *Fashion involvement* sendiri merupakan ketertarikan atau minat seseorang terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan *fashion*.

*Fashion Involvement* terdiri dari dua dimensi, yaitu 1) Relevansi diri Intrinsik, ini berdasarkan pada pengetahuan konsumen mengenai alat dan tujuan melalui pengalaman masalah dengan produk yang disimpan dalam memori, 2) Relevansi diri situasional, ini ditentukan oleh aspek fisik saat itu serta lingkungan fisik yang mengaktifkan konsekuensi dan nilai penting yang kemudian membuat produk tersebut relevan.

Dalam Islam, aturan tentang *fashion* telah termaktub dalam nash yang tidak bisa dipisahkan dengan aturan syariat. Hampir seluruh syariat yang dibangun didalam nash mengandung misi politik hukum Identitas sehingga mengarah pada suatu tujuan yang membentuk dasar hukum yang etrapadu, konsep *fashion* memiliki nilai yang tinggi dalam membentuk etika hukum berpakaian dalam islam, bukan sekedar digunakan dan menutup aurat, tetapi islam telah menanamkan nilai-nilai filosofi yang sangat tinggi yang tercermin dari konsep *fashion* itu sendiri. Bahkan *fashion* kini telah menjadi identitas bagi setiap muslim didunia.

Islam menjelaskan bahwa pakaian yang dikenakan oleh seorang muslim memiliki nilai ibadah disisi Allah Ta'ala. Allah beserta Rasul-Nya telah menetapkan kaidah umum dalam berpakaian, yang intinya adalah menutup aurat. Melalui cara berpakaianlah, sesungguhnya Allah berkehendak memuliakan manusia sebagai makhluk dan sebagai identitas keislaman seseorang. Hal tersebut telah dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf Ayat 26 yang artinya :

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ؕ  
ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

“ Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya telah kami turunkan kepada kalian pakaian yang menutup aurat kalian dan perhiasan bagi kalian. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik.

*Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah. Mudah-mudahan mereka ingat.” (Al-Qur’an Q.S Al-A’raf 7 : 26)*

Berdasarkan terjemah ayat diatas, Allah menjelaskan bahwa fungsi utama pakaian adalah menutup aurat, yaitu bagian tubuh yang tidak boleh dilihat orang lain kecuali yang dihalalkan dalam agama. Dan dianjurkan untuk memakai pakaian terbaik yang dimilikinya. Artinya, dalam keterlibatannya terhadap *fashion* seorang muslim dianjurkan memilih berdasarkan fungsinya sebagai penutup aurat dan memperindah diri.

Allah juga berfirman dalam surat Al-A’raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

*“ Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaian yang indah pada setiap kalian ke masjid (tempat ibadah) dan makanlah serta minumlah oleh kalian dan jangan pula kalian berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak suka akan orang-orang yang berlebih.”*

Standar berpakaian dalam islam adalah “takwa”, yaitu memenuhi ketentuan agama. Allah juga menganjurkan seseorang untuk mengenakan pakaian yang baik dan indah saat akan ke tempat beribadah, akan tetapi dilarang untuk berlebih. Hal tersebut menunjukkan bahwa seorang muslim dianjurkan untuk mengenakan *fashion* yang indah akan tetapi dalam pemakaiannya tidak diperkenankan untuk berlebih.

## **B. Kontrol Diri (*Self-Control*)**

### **1. Definisi Kontrol Diri (*Self-Control*)**

Ghufron dan Risnawita (2010:21-22) mengartikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu juga kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam bersosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, meyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain dan menutupi perasaannya.

Goldfiend dan Merbaum (dalam Ghufron & Risnawita, 2010:22) mendefinisikan kontrol diri sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa kearah konsekuensi positif. Baumeister (2012) juga mengemukakan bahwa kontrol diri diri merupakan kemampuan individu untuk menahan diri atau mengarahkan diri kearah yang lebih baik ketika dihadapkan dengan berbagai stimulus yang kurang baik. Munandar (2011) mengemukakan bahwa kontrol diri merupakan suatu sifat kepribadian individu yang dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli barang atau jasa (Tifani, 2014).

Menurut Lazarus (1976) Pengendalian (kontrol) diri merupakan suatu proses yang didasarkan pada aspek kognitif. Hasil dari pengendalian positif yaitu individu mampu menyusun, mengatur

dan mengarahkan perilakunya pada hal-hal yang mempunyai konsekuensi positif (Listiari, 2011:3). Averill (1973) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan salah satu variabel psikologis yang sederhana karena didalamnya terdapat tiga konsep yang berbeda mengenai kemampuan mengontrol diri, yaitu kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan serta memilih tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakininya (Rahayu, 2017).

*Self-control* menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan. Seseorang yang memiliki *self control* yang rendah seringkali mengalami kesulitan menentukan konsekuensi atas tindakan mereka. Sebaliknya, seseorang dengan *self control* tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi (Chita, 2015)

Calhoun dan Acocella (1990) mengemukakan dua alasan yang mengharuskan individu mengontrol diri secara kontinu. Pertama, individu hidup bersama kelompok sehingga dalam memuaskan keinginannya individu harus mengontrol perilakunya agar tidak mengganggu orang lain. Kedua, masyarakat mendorong individu untuk secara konstan menyusun standar yang lebih baik untuk dirinya. Ketika berusaha memenuhi tuntutan, dibuatlah pengontrolan

diri agar dalam proses pencapaian proses tersebut individu tidak melakukan hal-hal yang menyimpang (Ghufron & Risnawita, 2010:23).

Synder & Gangestad menyatakan bahwa *self control* merupakan suatu kemampuan yang sangat relevan untuk melihat adanya hubungan antara pribadi dengan lingkungan masyarakat dalam mengatur respon masyarakat yang sesuai dengan isyarat situasional dalam bersikap dan berpendirian yang efektif. Sedangkan Mahoney & Thoresen (Maryam, 2016) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan suatu hubungan yang secara utuh dilakukan individu terhadap lingkungannya. Individu dengan kontrol diri yang tinggi akan memperlihatkan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Individu cenderung akan mengubah perilakunya sesuai dengan yang diharapkan oleh situasi sosialnya yang kemudian dapat lebih *responsive* terhadap permintaan situasional, lebih fleksibel, berusaha untuk memperlancar interaksi sosial, serta bersikap hangat dan terbuka.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa *Self-Control* merupakan kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi dalam usahanya mengaktualisasikan diri saat bersosialisasi.

## 2. Aspek Kontrol Diri (*Self-Control*)

Menurut Averill terdapat 3 aspek kontrol diri, yaitu:

### a. Kontrol Perilaku (*Behaviour Control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan (Ghufron & Risnawita, 2010:29-30). Kemampuan mengontrol perilaku ini dibagi menjadi dua komponen, yang pertama mengatur pelaksanaan (*regulated administration*), yaitu kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi dan keadaan. Kedua, kemampuan memodifikasi *stimulus* (*stimulus modifiability*) yaitu kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan *stimulus* yang tidak dekehendaki dihadapi.

### b. Kontrol Kognitif (*Cognitive Control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan (Ghufron & Risnawita, 2010:30). Aspek ini memiliki dua komponen. Pertama, memperoleh informasi (*Information Gain*). Dengan informasi yang dimiliki individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai

pertimbangan. Kedua, melakukan penilaian (*appraisal*) berarti individu bersaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memperhatikan segi-segi positif secara subjektif.

c. Mengontrol keputusan (*Decisional Control*)

Merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya (Ghufroon & Risnawita, 2010:30). Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan

Menurut Tangney, dkk (2004) terdapat tiga aspek dalam mengontrol diri, diantaranya :

a. *Breaking Habits* (melanggar kebiasaan)

Yakni sesuatu yang berkaitan dengan melakukan perilaku diluar dari kebiasaan yang sering dilakukan. Hal ini berlaku ketika kebiasaan yang dilakukan menimbulkan konsekuensi negatif, maka individu perlu mengubah kebiasaan tersebut dengan mengarahkan kepada konsekuensi positif.

b. *Resisting Temptation* (menahan godaan)

Merupakan sesuatu yang berkaitan dengan penilaian individu terhadap regulasi mereka dalam menahan godaan. Dimana

individu mampu mencapai tujuan tanpa terpengaruh oleh hal-hal diluar tugasnya meskipun hal tersebut bersifat menyenangkan.

c. *Self-Dicipline*

Merupakan kemampuan untuk mengontrol diri agar tetap fokus pada saat melakukan tugas atau suatu kegiatan. Individu dengan self discipline mampu menahan dirinya dari hal-hal yang dapat mengganggu konsentrasinya.

3. **Faktor yang mempengaruhi *Self-Control***

Secara garis besar, faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri dari faktor internal (dari dalam diri individu) dan faktor eksternal (lingkungan individu).

a. Faktor Internal

Adapun faktor internal yang berperan serta mempengaruhi kemampuan kontrol diri individu adalah faktor usia. Dalam hal ini semakin bertambahnya usia seseorang, maka semakin baik pula kemampuan kontrol diri seseorang (Ghufron & Risnawita, 2010:32). Hal tersebut dikarenakan seiring bertambahnya usia semakin bertambah pula pengalaman hidup yang didapatkan dan semakin bervariasi pula. Dari situ individu dapat belajar memahami situasi yang kemudian akan membantunya dalam menghadapi situasi-situasi yang sama dikemudian hari tanpa menimbulkan konsekuensi-konsekuensi negatif yang dapat merugikan dirinya.

#### b. Faktor eksternal

Adapun faktor eksternal yang berperan serta mempengaruhi kemampuan kontrol diri individu adalah lingkungan. Faktor lingkungan disini merupakan situasi yang sangat mempengaruhi individu dikarenakan selalu berdekatan atau berada disekeliling individu. Dalam hal ini faktor yang dimaksud merupakan faktor keluarga. Keluarga merupakan lingkungan pertama yang sangat berpengaruh terhadap bagaimana dan seperti apa individu nantinya. Lingkungan keluarga terutama orang tua juga sangat menentukan bagaimana kemampuan seorang individu mengontrol dirinya (Ghufron & Risnawita, 2010:32).

Messina (dalam Sultana, 2016) menyatakan bahwa pengendalian diri (*Self-Control*) memiliki beberapa fungsi, diantaranya yaitu membatasi perhatian individu terhadap orang lain, membatasi keinginan individu untuk mengendalikan orang lain dilingkungannya, membatasi individu bertingkah laku negatif, serta membantu individu dalam memenuhi kebutuhan secara seimbang.

#### 4. Jenis-Jenis *Self-Control*

Menurut Block and Block (Ghufron & Risnawita, 2011:31), terdapat tiga jenis kontrol diri, yaitu :

- a. *Over control*, yaitu kontrol yang berlebihan dan menyebabkan seseorang banyak mengontrol dan menahan diri untuk bereaksi terhadap stimulus. Misalnya individu yang terlalu menutup diri

dikarenakan menahan dan membatasi dirinya agar tidak terpengaruh oleh pergaulan bebas.

- b. *Under control*, yaitu kecenderungan untuk melepas impuls yang bebas tanpa perhitungan yang masak. Dalam hal ini individu cenderung berperilaku impulsif tanpa memikirkan dampak yang terjadi akibat perilaku yang dilakukannya.
- c. *Appropriate control*, yaitu kontrol diri yang memungkinkan individu mengendalikan impulsnya secara tepat. Dalam hal ini individu dapat menyesuaikan kontrol dirinya sesuai dengan porsi yang dibutuhkan dalam menghadapi suatu stimulus.

Berdasarkan jenis-jenis kontrol diri diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat banyak jenis kontrol diri yang mengakibatkan kontrol diri individu berbeda dengan individu lainnya. Maka dari itu terdapat mahasiswa yang dapat mengontrol dirinya secara berlebihan, ada yang melakukan sesuatu tanpa perhitungan yang masak, ada pula yang dapat mengendalikan dirinya dengan tepat.

#### 5. Teknik *Self-control*

Menurut BF. Skinner (Alwisol, 2004:394), terdapat empat teknik kontrol diri diantaranya :

- a. *Removing / Avoiding* (Menghindar)

Yaitu perilaku menghindar dari suatu stimulus atau menjauhkan situasi yang berpengaruh agar tidak lagi diterima sebagai stimulus.

Hal ini biasanya dilakukan individu ketika situasi yang berpengaruh di rasa berdampak negatif terhadap dirinya.

b. *Satiation* (Penjenuhan)

Yaitu membuat diri sendiri jenuh terhadap tingkah laku tertentu, sehingga individu tidak lagi melakukannya. Hal ini dilakukan individu ketika merasa bahwa perilakunya tidak baik dan berusaha membuat dirinya sendiri jenuh terhadap perilaku tersebut dengan tujuan menghentikan pengulangan perilakunya.

c. *Aversive stimuli* (Stimulasi yang tidak disukai)

Yaitu menciptakan stimulus yang tidak menyenangkan yang timbul bersamaan dengan stimulus yang ingin dikontrol. Dengan hadirnya hal-hal yang tidak disukai atau bahkan dibenci kehadirannya, individu dapat menghilangkan kebiasaan yang tidak diinginkannya dengan cara menghadirkannya bersamaan dengan hal yang tidak disukainya.

d. *Reinforce oneself* (Memperkuat diri)

Yaitu memberikan suatu penguatan / *reinforcement* terhadap diri sendiri atau terhadap “prestasi” yang diraihinya. Penghargaan merupakan salah satu motif seseorang agar lebih semangat dalam mencapai sesuatu, hal ini dapat digunakan sebagai pengontrol diri yang efektif oleh individu dalam *manage* perilakunya.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan adanya berbagai macam teknik *self control*, individu dapat

memperbaiki, mengarahkan, mengatur serta mengontrol perilakunya dari pengaruh *negative* yang ada dilingkungan sekitarnya.

#### **6. Pandangan Islam Tentang *Self-Control***

Heni (2013) menyatakan bahwa setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur perilakunya, dalam melakukan segala hal hendaknya setiap individu dapat selalu mengontrol diri baik pikiran, keputusan, tindakan maupun memproses segala informasi yang ada (Haryani & Hermanto, 2005). Baumeister (2012) juga mengemukakan bahwa *Self-control* (kontrol diri) merupakan kemampuan individu untuk menahan diri atau mengarahkan diri kearah yang lebih baik ketika dihadapkan dengan hal-hal yang berdampak negatif. Individu dengan kontrol diri yang tinggi sangat memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi (Ghufron & Risnawita, 2011).

*Self control* terdiri dari tiga aspek, yaitu 1) Kontrol Perilaku (*Behaviour Control*), merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, 2) Kontrol kognitif (*Cognitive Control*), merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan, 3) Kontrol Keputusan (*Decisional Control*), merupakan kemampuan seseorang untuk

memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya.

Selain itu kontrol diri dalam islam disebut dengan *mujahadah an nafs* yaitu perjuangan sungguh-sungguh atau juhad melawan ego atau nafsu pribadi. Kontrol diri juga sudah dijelaskan dalam Al-Qur'an Q.S Al-Imran ayat 133-134:

وَسَارِعُوا إِلَىٰ مَغْفِرَةٍ مِّن رَّبِّكُمْ وَجَنَّةٍ عَرْضُهَا السَّمَاوَاتُ وَالْأَرْضُ أُعِدَّتْ لِلْمُتَّقِينَ  
الَّذِينَ يُنْفِقُونَ فِي السَّرَّاءِ وَالضَّرَّاءِ وَالْكَاطِمِينَ الْغَيْظَ وَالْعَافِينَ عَنِ النَّاسِ ۗ وَاللَّهُ يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ

*“Dan bersegeralah kamu mencari ampunan dari Tuhan-mu dan mendapatkan surga yang luasnya seluas langit dan bumi yang disediakan bagi orang-orang yang bertaqwa. (yaitu) orang yang berinfak, baik diwaktu lapang maupun sempit dan orang-orang yang menahan amarahnya dan memaafkan (kesalahan) orang lain. Dan Allah mencintai orang yang berbuat kebaikan.” (Q.S Ali-Imran : 133-134)*

Berdasarkan ayat diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dalam islam sangat dianjurkan bagi setiap muslim dalam kehidupan sehari-hari. Mereka diwajibkan untuk menahan amarahnya dan memaafkan orang lain. Orang yang dapat menahan amarahnya (kontrol diri yang baik) yakni orang yang mampu menahan amarahnya ketika amarahnya sedang bergejolak dan mengendalikan tingkah lakunya sebelum bertindak. Selain itu kontrol diri merupakan perilaku yang lahir secara harfiah dalam diri seorang.

Islam Sangat menganjurkan setiap muslim untuk bisa merealisasikan atau menerapkan self-control dalam kehidupan sehari-

harinya. Umat islam diwajibkan untuk introspeksi diri atas segala tindakan yang dilakukannya, terutama dalam kehidupan bersosialisasinya dalam masyarakat. Hal tersebut sesuai dengan firman Allah dalam surat Al-Hasyr Ayat 18 yang artinya :

لِلْفُقَرَاءِ الْمُهَاجِرِينَ الَّذِينَ أُخْرِجُوا مِنْ دِيَارِهِمْ وَأَمْوَالِهِمْ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنَ اللَّهِ وَرِضْوَانًا وَيَنْصُرُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ أُولَئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ

*“ Hai Orang-orang yang beriman, bertaqwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (Akhirat) ; dan bertaqwalah kepada Allah. Sungguhny Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan. ”*

Berdasarkan terjemah ayat diatas, Allah memerintahkan pada setiap muslim untuk memperhatikan apa yang dapat memberi manfaat dan yang membuat mereka celaka serta memperhatikan konsekuensi dari amal baik dan buruknya nanti di akhirat. Demikian juga ketika mereka mengetahui bahwa Allah Maha Mengetahui terhadap apa yang mereka kerjakan, demikianlah yang membuat mereka beramal shaleh. Selain itu ayat tersebut juga menjelaskan bahwa sepatutnya seorang muslim memeriksa amalan yang dikerjakan agar ketika melihat adanya kesalahan ia dapat segera memperbaikinya dan bertaubat dan sebisa mungkin berpaling dari segala sebab yang dapat membawa dirinya dalam kerugian (dosa).

Dari terjemah ayat-ayat diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri sangatlah penting dalam kehidupan sehari-hari setiap individu. Dengan adanya kontrol diri, individu dapat mengarahkan dan

mengontrol perilakunya sehingga dapat terhindar dari hal-hal yang berdampak negatif.

### **C. Pengaruh *Self Control* dengan *Fashion Involvement***

Kontrol diri (*Self-Control*) merupakan kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa ke arah konsekuensi positif (Ghufron & Risnawati, 2010 : 21). *Fashion Involvement* sendiri adalah ketertarikan atau minat seseorang terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan *fashion*. Dalam hal ini, mahasiswa diidentikkan dengan perilaku konsumtif mereka dimana pada usia tersebut mereka memiliki keinginan untuk membeli yang tinggi, terutama untuk menunjang penampilan (*fashion*) mereka. Sedangkan mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015 termasuk dalam kategori remaja akhir (18-22th) (Santrock, 2011). Dimana pada usia tersebut perilaku seseorang sudah mulai stabil dan mulai menemukan jati dirinya, disamping itu dalam penelitiannya O'Cass (2001) menyebutkan bahwa wanita dan remaja memiliki keterlibatan yang jauh lebih tinggi terhadap keputusan pembelian dan keterlibatan dalam produk *fashion*.

Sultana (2016), dalam penelitian sebelumnya menemukan bahwa semakin tinggi tingkat *self control* maka semakin tinggi pula *fashion involvement* individu, begitupun sebaliknya. Dalam hal ini semakin rendah tingkat *self control* seseorang, maka dalam keterlibatannya terhadap *fashion* orang tersebut akan banyak membuang waktu dan uang.

Keterlibatan individu dalam *fashion* merupakan sesuatu yang positif, pasalnya *fashion* merupakan salah satu sarana komunikasi individu terhadap lingkungan sosialnya dimana individu dapat mengkonstruksikan suatu identitas didalamnya. Akan tetapi keterlibatan yang tidak terkontrol juga dapat menimbulkan hal-hal negatif yang merugikan.

Tinarbuko (dalam Saputri, 2016) menjelaskan bahwa dalam keterlibatan terhadap *fashion*, individu diharapkan mampu mengontrol diri agar terhindar dari dampak negatif, adapun dampak negatif akibat keterlibatan individu dalam *fashion* adalah terjadinya pembengkakan pengeluaran, rasa penyesalan terkait masalah keuangan, hasrat berbelanja yang memanjakan rencana (non-keuangan) dan rasa kecewa karena membeli produk secara berlebihan. Dampak tersebut secara langsung dapat dirasakan para remaja ketika tidak mengikuti trend *fashion* adalah dianggap ketinggalan jaman sehingga dirasa dapat menurunkan harga diri remaja tersebut. Maka dari itu mereka dituntut untuk dapat mengontrol dirinya agar mempelajari apa yang diharapkan oleh lingkungan sosialnya yang kemudian membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan lingkungan sosialnya tersebut tanpa menimbulkan dampak negatif yang dapat merugikan dirinya.

O'Cass (2001) juga menjelaskan bahwa *Fashion Involvement* terhadap pakaian berhubungan erat dengan karakteristik pribadi dan pengetahuan tentang *fashion*. Auty & Elliot juga menyatakan bahwa *fashion involvement* mungkin terkait dengan kepekaan terhadap

lingkungan sosial dimana mereka sangat termotivasi untuk menyesuaikan kelompok tertentu dengan memperhatikan *fashion* mereka.

Tangney dkk (2004) menyebutkan seberapa besar kecenderungan *self-control* berpengaruh terhadap kehidupan sosial, pola emosional dan interpersonal pada mahasiswa. Hasil dari penelitiannya ditemukan bahwa individu dengan pengendalian diri yang baik memiliki kemampuan interpersonal dan hubungan interpersonal yang baik serta memiliki pola emosional yang optimal sehingga dapat membuat kehidupan emosionalnya lebih baik daripada orang lain. Kaitannya dengan *fashion involvement* adalah ketika *self control* terhadap *interpersonal* yang baik digunakan oleh individu untuk menjadi pribadi yang lebih baik sehingga memunculkan karakteristik pribadi yang baik. Hal tersebut akan mempengaruhi individu dalam pemilihan *fashion* secara positif agar sesuai dengan karakteristik pribadinya.

Menurut Skinner, tingkah laku disebabkan dan dipengaruhi oleh variabel eksternal, akan tetapi sekuat-kuatnya stimulus yang ditujukan, manusia masih dapat mengubah dan mengarahkannya melalui proses *Self-Control* (Alwisol, 2004). Sebagai salah satu sifat kepribadian, *Self-Control* pada setiap mahaiswi pun tidaklah sama. Ada mahasiswi yang memiliki kemampuan kontrol diri yang tinggi, ada pula yang memiliki kemampuan kontrol diri rendah. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang tinggi mampu mengarahkan perilakunya menuju konsekuensi positif. Begitupun sebaliknya, mahasiswi dengan kontrol diri yang rendah akan mengarahkan

perilakunya menuju konsekuensi negatif. Dimana perilaku yang ditimbulkan dapat berdampak negatif bagi dirinya.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dapat berperan dalam mencegah timbulnya perilaku konsumtif dan dampak-dampak negatif lainnya seperti membuang-buang waktu yang diakibatkan keterlibatannya dalam *fashion*. Dengan adanya kontrol diri yang baik, individu dapat memilih dan menggunakan *fashion* sesuai dengan kebutuhannya dan mengarahkan perilakunya kearah konsekuensi yang lebih positif.

#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan pernyataan sementara (*tentative explanation*) tentang hubungan antara dua variabel atau lebih. Dalam konteks penelitian hipotesis merupakan jawaban sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan atas teori yang relevan dan belum didasarkan atas data empiris (Arikunto, 2006). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah “Adanya pengaruh *Self-Control* terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015”.

## BAB III

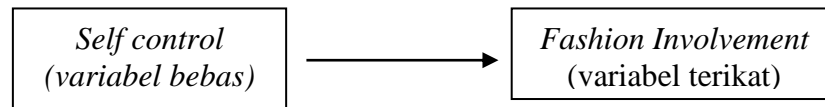
### METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Dalam Penelitian tentang “Pengaruh *Self-Control* terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015”, peneliti menggunakan metode Kuantitatif. Penelitian ini dikategorikan Sebagai Penelitian Kuantitatif karena analisis datanya menggunakan data-data numerikal yang kemudian diolah dengan menggunakan metode statistik. Jadi dalam penelitian kuantitatif ini nantinya akan lebih banyak menggunakan data berupa angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran data hingga pada pembahasan hasil akhir.

Penelitian ini dirancang menggunakan analisis *deskriptive* dan analisis regresi linier sederhana. Sehingga dalam analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan Pengaruh *Self-Control* terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015. Sedangkan analisis regresi digunakan untuk membuktikan adakah Pengaruh *Self- Control* terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015.

Penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu satu variabel terikat (Y) dan satu variabel bebas (X). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah *self control*, sedangkan variabel bebasnya adalah *fashion involvement*. Adapun hubungan antar variabelnya dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 3.1  
Hubungan antar variabel

## B. Identifikasi Variabel

Variabel adalah objek atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Sedangkan variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Adapun variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi variabel bebas.

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh *Self-Control* terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015” ini variabel satu berpengaruh terhadap variabel lainnya. Adapun variabel yang akan diteliti, diantaranya:

### 1. Variabel Bebas (X)

Variabel ini yang akan menjadi penyebab terjadinya perubahan atau yang memberikan pengaruh terhadap variabel terikat. Dalam penelitian ini variabel bebas (X) adalah *Self-Control* (Kontrol Diri).

## 2. Variabel Terikat (Y)

Variabel terikat merupakan variabel yang kan dipengaruhi oleh variabel bebas atau variabel Independen. Pada penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah *fashion involvement*.

### C. Definisi Operasional

Menurut (Azwar, 2007:74) definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang adapat diamati. Devinisi operasional merupakan semacam petunjuk pelaksanaan pengukuran terhadap suatu variabel. Adapun devinisi operasional dalam penelitian ini adalah :

#### 1. *Self-Control* (Kontrol Diri)

*Self-Control* merupakan kemampuan individu dalam mengontrol pelaksanaan, memodifikasi stimulus, mengolah informasi, melakukan penelitian, dan mengontrol kesempatan, kebebasan serta kemungkinan memilih kearah konsekuensi yang lebih positif. *Self control* terdiri dari tiga aspek, yaitu 1) Kontrol Perilaku (*Behaviour Control*), merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, 2) Kontrol kognitif (*Cognitive Control*), merupakan kemampuan individu dalam mengolah invormasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau

mengurangi tekanan, 3) Kontrol Keputusan (*Decisional Control*), merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujuinya.

## 2. *Fashion Involvement*

*Fashion Involvement* merupakan dorongan untuk meneliti tujuan penggunaan *fashion* sehingga mampu memilih, memperhatikan serta membuat pertimbangan terhadap suatu produk *fashion* sebelum membelinya dan menggunakan waktu secara efisien untuk *fashion* yang sesuai dengan karakteristik kepribadiannya dengan atau tanpa melibatkan orang lain didalamnya. *Fashion Involvement* terdiri dari dua dimensi, yaitu 1) Relevansi diri Intrinsik, ini berdasarkan pada pengetahuan konsumen mengenai alat dan tujuan melalui pengalaman masalah dengan produk yang disimpan dalam memori, 2) Relevansi diri situasional, ini ditentukan oleh aspek fisik saat itu serta lingkungan fisik yang mengaktifkan konsekuensi dan nilai penting yang kemudian membuat produk tersebut relevan.

## D. Subjek Penelitian

### 1. Populasi

Azwar (2007:77) mendefinisikan populasi sebagai kelompok subjek yang dikenai generalisasi hasil penelitian. Sedangkan menurut Sugiyono (2009), populasi merupakan jumlah keseluruhan dari objek penelitian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan

keseluruhan dari subjek penelitian yang memiliki karakteristik tertentu. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015. Alasan memilih mahasiswi angkatan 2015 karena berdasarkan hasil observasi, mahasiswi tingkat akhir terlihat lebih *fashionable* dibandingkan mahasiswi ditingkat sebelumnya.

Tabel 3.1  
Populasi Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Angkatan 2015

No	Elemen Populasi	Jumlah Populasi
<b>1.</b>	<b>Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan</b>	
	Pendidikan Agama Islam	117
	Pendidikan Ilmu Pengetahuan sosial	76
	Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah	77
	Pendidikan Bahasa Arab	78
	Pendidikan Islam Anak Usia Dini	18
	Manajemen Pendidikan Islam	20
<b>2.</b>	<b>Fakultas Syariah</b>	
	Al-Akhwal Al-Syakhsiyah	92
	Hukum Bisnis Syari'ah	90
	Hukum Tata Negara	51
<b>3.</b>	<b>Fakultas Humaniora</b>	
	Bahasa dan Sastra Arab	81
	Sastra Inggris	93
<b>4.</b>	<b>Fakultas Psikologi</b>	
	Psikologi	115
<b>5.</b>	<b>Fakultas Ekonomi</b>	
	Manajemen	110
	Akuntansi	61
	Perbankan Syari'ah	42
<b>6.</b>	<b>Fakultas Sains dan Teknologi</b>	
	Matematika	59
	Biologi	58
	Kimia	57
	Fisika	35
	Teknik Informatika	60
	Teknik Arsitektur	51
<b>7</b>	<b>Fakultas Kedokteran dan Ilmu Kesehatan</b>	
	Farmasi	40
	<b>Total Populasi</b>	<b>1482</b>

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini sampel dipilih dengan menggunakan teknik *sampling probabilitas*, yaitu cara pengambilan sampel berdasarkan probabilitas atau peluang. Dalam *sampling probabilitas*, cara pengambilan sampel dilakukan secara acak (*random sederhana*) yang artinya semua subjek atau elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel (Hasan, 2002:64). Adapun kriteria sampel yang diambil adalah mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015, dan *fashionable*. Salah satu ciri seseorang dikatakan *fashionable* adalah berpenampilan menarik (*good looking*). Menurut McCroskey & McCain (1972), *good looking* mengacu pada dimensi fisik dari pengukuran berdasarkan ketertarikan interpersonal yang didasarkan pada pakaian dan fitur fisik dimana kriteria yang dibutuhkan adalah memakai pakaian yang rapi, mengikuti tren *fashion* yang ada dan terlihat merawat diri dengan baik.

Arikunto (2006:134) mengatakan bahwa apabila subjek penelitian kurang dari seratus, lebih baik di ambil semua hingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Akan tetapi jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau bisa lebih. Dalam hal ini semakin besar presentase yang diambil maka hasil penelitian akan semakin representatif. Gay (dalam Hasan, 2002:60)

berpendapat bahwa ukuran minimum sampel yang diambil berbeda-beda sesuai dengan metode penelitian yang digunakan. Untuk metode deskriptif korelasional, minimal yang diambil adalah 30 subjek atau 10% untuk populasi yang relatif besar.

Pada penelitian ini, peneliti hanya akan mengambil 10% dari jumlah keseluruhan mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015 angkatan 2015. Populasi atau jumlah keseluruhan mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang adalah 1482, maka sampel yang digunakan adalah 10% dari masing-masing jurusan dalam beberapa fakultas yang ada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015. Alasan peneliti hanya mengambil sampel yang berjumlah 10% dari populasi yang ada dikarenakan keterbatasan waktu, dana dan tenaga selain itu juga tidak semua mahasiswi bersedia dimintai keterangan karena sibuk mengerjakan skripsi.

Dengan demikian peneliti mengambil sampel sebanyak 10% dari jumlah mahasiawi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 yaitu sebanyak 148 orang.

Tabel 3.2  
Sampel Penelitian Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

No.	Presentase	Jumlah
1.	10%	148
2.	15%	222
3.	20%	296
4.	25%	370

### 3. Tempat Penelitian

Penelitian tentang Pengaruh *Self-Control* Terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015 dilaksanakan di kampus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

#### E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan prosedur sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan. Secara umum, metode pengumpulan data dapat dibagi atas beberapa kelompok, yaitu metode pengamatan langsung, metode dengan menggunakan pertanyaan dan metode khusus (Nazir, 2014). Dasar dari pembagian tersebut adalah seberapa jauh peneliti berinteraksi dengan subjek. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode, diantaranya :

##### 1. Skala

Skala merupakan seperangkat pertanyaan yang disusun guna mengungkap atribut tertentu melalui respon terhadap pernyataan tersebut. Sebagai instrumen pengumpulan data, skala sangatlah fleksibel dan relatif mudah digunakan. Data yang diperoleh lewat penggunaan skala adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual (Azwar,2007). Jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala tertutup, dimana terdapat daftar pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab oleh subjek. Subjek hanya perlu memilih jawaban yang menurutnya paling benar atau paling mewakili dirinya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua skala, yaitu skala yang akan mengukur tingkat kontrol diri dan skala yang mengukur tingkat *fashion involvement* subjek. Kedua skala tersebut menggunakan model skala *Likert* yang telah dimodifikasi menjadi empat jawaban, yaitu : sangat sesuai dengan skor 4, sesuai dengan skor 3, tidak sesuai dengan skor 2, sangat tidak sesuai dengan skor 1. Skor tersebut untuk pertanyaan *favourable* sedangkan untuk pertanyaan *unfavourable* di skor sebaliknya. Penggunaan 4 pilihan jawaban ini adalah untuk menghindari pilihan jawaban netral atau kadang-kadang. Sebab jika diberikan pilihan netral atau kadang-kadang, responden cenderung akan memilih jawaban tersebut dan akan mempengaruhi hasil dari informasi yang diperoleh peneliti.

## 2. Observasi

Observasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati dan mencatat secara sistematis fenomena-fenomena yang akan diteliti. Observasi dilakukan oleh peneliti untuk melihat keterlibatan subjek terhadap *fashion* serta untuk pengambilan data pendukung terkait fenomena *fashion involment* yang terjadi dilapangan.

Berdasarkan hasil observasi, ditemukan bahwa sebagian besar mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 terlibat dalam *fashion*. Observasi juga digunakan untuk menentukan

subjek dan tempat penelitian. Data yang didapat dari hasil observasi hanya digunakan sebagai data sekunder dalam penelitian.

### 3. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat di konstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiono, 2010: 23). Wawancara digunakan peneliti untuk mendapatkan data tambahan mengenai fenomena yang terjadi di tempat penelitian. Wawancara dilakukan terhadap 10 responden yang merupakan mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015. Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa mayoritas responden sangat memperhatikan *fashion* dan diantaranya memiliki tingkat *fashion involvement* yang cukup tinggi, responden menyatakan sering menghabiskan waktunya ditempat perbelanjaan untuk melihat produk-produk *fashion* yang dijual disana. Beberapa diantaranya juga rela mengantri berjam-jam demi mendapatkan promo disalah satu toko sepatu dan tas. Selain itu meskipun pengalaman dan pengetahuan tentang agama sebagai mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang cukup baik beberapa responden beranggapan tingkat religiusitasnya belum cukup untuk menjadikan *fashion* hijabnya menjadi lebih syar'i sesuai dengan ajaran agama.

## F. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data merupakan alat bantu yang dipilih dan digunakan oleh peneliti pada waktu penelitian dengan menggunakan suatu metode tertentu (Arikunto, 2006). Peneliti menggunakan skala sebagai instrumen pengumpulan data yang bertujuan untuk mengungkap variabel-variabel penelitian. Skala yang digunakan peneliti telah dikembangkan sendiri berdasarkan teori yang ada.

Penelitian ini menggunakan Skala model *Likert* (metode skala rating yang dijumlahkan) dengan bentuk skala *Favourable* dan *Unfavourable* untuk mengukur variabel *Self control* dan *fashion involvement*.

### 1. *Favourable*

*Favourable* merupakan pernyataan sikap yang berisi hal-hal positif mengenai objek sikap, yaitu kalimat yang bersifat memihak atau mendukung suatu objek.

### 2. *Unfavourable*

*Unfavourable* merupakan suatu pernyataan sikap yang memungkinkan berisi hal-hal yang negatif mengenai suatu objek sikap, yaitu bersifat kontra atau tidak mendukung suatu objek sikap yang hendak diungkap.

Dalam penelitian ini, peneliti berencana akan menggunakan skala *Self-Control* untuk mengukur pengaruh kontrol diri terhadap *fashion involvement* berdasarkan teori Averill (1973), dan skala *fashion*

*involvement* yang dikembangkan oleh Sultana (2016) untuk mengukur tingkat *fashion involvement* subjek.

### 1. Skala *Self-Control*

Skala ini digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya tingkat *fashion involvement* mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015. Skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Averill (1973), yaitu :

- a. Kontrol perilaku (*Behaviour control*)
- b. Kontrol kognitif (*Cognitive control*)
- c. Kontrol Keputusan (*Decision control*)

Tabel 3.3  
Blueprint Skala *Self-Control*

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			f	uf	
1	Kontrol perilaku (Behaviour control)	Mengontrol pelaksanaan	1,2,4	3,5	5
		Memodifikasi stimulus	6,7,8,10	9	5
2	Kontrol kognitif (Cognitive control)	Mengolah informasi	11,12,13	14	4
		Melakukan penilaian	16,17,18	15	4
3	Kontrol Keputusan (Decision Control)	Kesempatan memilih	19,20	21	3
		Kebebasan memilih	23,24	22	3
		Kemungkinan memilih	26	25,27	3
Jumlah					27

### 2. Skala *Fashion Involvement*

Skala ini digunakan untuk mengukur tingkat *fashion involvement* mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015. Skala *fashion involvement* ini mengacu pada model dasar keterlibatan produk

konsumen yang dikemukakan oleh Peter & Olson dimana terdapat 2 dimensi dalam *involvement*, yaitu:

- a. Relevansi diri Intrinsik
- b. Relevansi diri Situasional

Tabel 3.4  
Blueprint Skala *Fashion Involvement*

No.	Aspek	Indikator	No Aitem		Jumlah
			f	uf	
1	Relevansi diri intrinsik	Mengetahui tujuan menggunakan <i>fashion</i>	1,2,3	4	4
		<i>Fashion</i> merupakan cerminan kepribadian	5,6,7	8	4
		Mampu memilih <i>fashion</i>	9,11,12	10	4
2	Relevansi diri situasional	Memperhatikan <i>fashion</i>	15	13,14	3
		Melakukan pertimbangan sebelum membeli	16	17,18	3
		Menggunakan waktu yang diperlukan untuk <i>fashion</i>	19	20,21	3
		Melibatkan orang lain dalam membeli produk <i>fashion</i>	22,24	23	3
		Mengetahui karakteristik produk	25,26	27	3
Jumlah					27

### G. Validitas dan Reliabilitas

Untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dapat mengukur aspek-aspek yang terdapat dalam penelitian dan dapat dipercaya konsistensinya. Sebagai usaha meminimalisir eror dalam pengukuran, diperlukan metode dan konstruksi instrumen alat ukur yang diharapkan mampu menghasilkan aitem-aitem yang berkualitas baik. Aitem-aitem demikian, merupakan aitem yang lebih sedikit sumber errornya, sehingga memungkinkan mencapai tingkat reliabilitas dan validitas yang tinggi.

Maka dari itu perlu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu pada alat ukur yang akan digunakan oleh peneliti.

### 1. Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid berarti memiliki tingkat validitas yang tinggi, begitupun sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki tingkat validitas rendah (Arikunto, 2006). Menurut Azwar (2012:8) validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana akurasi suatu tes atau skala dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Pengukuran dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila menghasilkan data yang secara akurat memberikan gambaran mengenai variabel yang diukur berdasarkan pada tujuan pengukuran.

Untuk mengukur validitas aitem, peneliti menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh Pearson, yang dikenal dengan rumus Korelasi *Product Moment*. Uji validitas ini dilakukan dengan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 23 for *Windows*. Adapun rumus korelasi *product moment* tersebut adalah :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{N\sum x^2 - (\sum x)^2} \sqrt{N\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

Keterangan :

r : koefisien korelasi

x : skor rata-rata dari x

y : skor rata-rata dari y

N : jumlah sampel

Daya beda yang digunakan dalam uji validitas penelitian ini adalah 0,30 sehingga sebuah aitem dapat dikatakan valid apabila  $r_{xy} > 0,30$ . Makadari itu butir-butir aitem yang termasuk dalam rentang nilai tersebut dapat dianggap valid, sebaliknya jika didapati koefisien validitas kurang dari 0,30 /  $r_{xy} < 0,30$  maka butir-butir aitem tersebut tidak valid dan dianggap gugur (Azwar, 2009). Adapun hasil pengujian validitas instrumen dijelaskan pada tabel 3.5

Tabel 3.5  
Hasil Uji Validitas Skala *Self Control*

No	Aspek	Indikator	No Aitem	
			Aitem valid	Aitem gugur
1	Kontrol perilaku (Behaviour control)	Mengontrol pelaksanaan	1,2,3,4,5	-
		Memodifikasi stimulus	7,8,9	6,10
2	Kontrol kognitif (Cognitive control)	Mengolah informasi	11,12,14	13
		Melakukan penilaian	16,17,15	18
3	Kontrol Keputusan (Decision Control)	Kesempatan memilih	19,20, 21	-
		Kebebasan memilih	22	22,24
		Kemungkinan memilih	25,27,26	-
Jumlah			21	6

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 3.6 Hasil Uji Skala *Self Control*, yang awalnya berjumlah 27 aitem yang diujikan pada subjek uji coba, diperoleh hasil bahwa dari 27 aitem total tersisa 21 valid karena memiliki nilai diatas standar yang telah ditetapkan dan aitem yang gugur berjumlah 6 aitem karena memiliki nilai dibawah standar yang ditetapkan. Selain itu uji validitas juga dilakukan

terhadap variabel Y yaitu *Fashion Involvement* dengan rincian hasil sebagai berikut :

Tabel 3.6  
Hasil Uji Validias Skala *Fashion Involvement*

No.	Aspek	Indikator	No Aitem	
			Aitem valid	Aitem gugur
1	Relevansi diri intrinsik	Mengetahui tujuan menggunakan <i>fashion</i>	3	1,2,4
		<i>Fashion</i> merupakan cerminan kepribadian	5,6,7	8
		Mampu memilih <i>fashion</i>	9,10,11	12
2	Relevansi diri situasional	Memperhatikan <i>fashion</i>	15	13,14
		Melakukan pertimbangan sebelum membeli	16,18	17
		Menggunakan waktu yang diperlukan untuk <i>fashion</i>	20,	19,21
		Melibatkan orang lain dalam membeli produk <i>fashion</i>	23,24	22
		Mengetahui karakteristik produk	26, 27	25
Jumlah			15	12

Berdasarkan tabel 3.6 Hasil Uji Validias Skala *Fashion Involvement* , yang awalnya berjumlah 27 aitem yang diujikan pada subjek uji coba, diperoleh hasil bahwa dari 27 aitem total, tersisa 15 aitem valid karena memiliki nilai diatas standar yang ditetapkan, dan terdapat 12 aitem gugur karena memiliki nilai dibawah standar yang ditentukan.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan arti dari kata *reliability*. Suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang *reliable* (Azwar, 2012:7).

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya (Arikunto, 2006:178).

Dalam menentukan reliabilitas terdapat standart pengukuran yang digunakan untuk menentukan apakah aitem tersebut reliabel atau tidak. Menurut Azwar (2012), semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas. Begitupun sebaliknya semakin rendah koefisien reliabilitas mendekati 0 berarti semakin rendah reliabilitas. Adapun pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini akan dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for windows versi 23 menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Rumus *Alpha Cronbach* :

$$r_{11} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

$r_{11}$  = reliabilitas instrumen

$K$  = banyaknya butir aitem / soal

$\sum \sigma_b^2$  = jumlah varians butir

$\sum \sigma_t^2$  = varians total

Perhitungan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistics Product and Service Solution*) for windows versi 23. Suatu aitem dapat dikatakan reliabel (konsisten) apabila memiliki koefisiensi reliabilitas berkisar 0,00 sampai dengan 1,0 , akan tetapi koefisien sebesar 1,0 dan sekecil 0,0 belum pernah dijumpai (Azwar , 2004). Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas. Begitupun sebaliknya semakin rendah koefisien reliabilitas mendekati 0 berarti semakin rendah reliabilitas (Azwar, 2012). Adapun pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) for windows versi 23. Berdasarkan perhitungan statistik yang telah dilakukan, maka ditemukan nilai Alpha dari kedua variabel penelitian dengan rincian sebagai berikut :

Tabel 3.7  
Hasil Uji Reliabilitas Skala Self-Control dan *Fashion Involvement*

Skala	Nilai Alpha		Keterangan
	Awal	Setelah aitem gugur dihilangkan	
Self-Control	0,775	0,783	Reliabel
<i>Fashion Involvement</i>	0,629	0,782	Reliabel

Berdasarkan tabel diatas, hasil dari uji reliabilitas pada Skala *Self-control* adalah 0,775, setelah menghilangkan aitem yang gugur, koefisien reliabilitas menjadi 0,783. Sedangkan pada Skala *Fashion*

*Involvement* hasil uji reliabilitas awal adalah 0,629, setelah menghilangkan aitem yang gugur, koefisien reliabilitas menjadi 0,782. Dari hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kedua skala yang digunakan Reliabel.

## H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditentukan. Tujuannya adalah untuk mendapatkan kesimpulan dari hasil penelitian. Adapun teknis analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif dan regresi linier sederhana. Kedua analisis tersebut dilakukan dengan bantuan *Microsoft Excel* dan *Statistical Product and Service Solution (SPSS)*.

### 1. Analisis Deskripsi

Analisis deskripsi bertujuan untuk memaparkan data hasil penelitian. Analisis deskriptif dalam penelitian ini akan dibantu dengan menggunakan aplikasi *Microsoft Office Excel 2007* dan *SPSS 23 Microsoft for windows*. Pada analisis deskriptif ini peneliti akan menggunakan grafik diagram batang dimana terdapat tiga kategorisasi yaitu tinggi rendah dan sedang. Data yang sudah diperoleh dianalisis dalam beberapa tahap, diantaranya sebagai berikut :

#### a. Mean Hipotetik

Mencari nilai mean hipotetik dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\mu = \frac{1}{2} (iMax + iMin) \times \sum aitem$$

Keterangan :

$\mu$  : mean hipotetik

iMax : skor tertinggi aitem

iMin : skor terendah aitem

$\sum aitem$  : jumlah aitem skala

b. Mean Empirik

Mencari nilai mean empirik dengan menggunakan rumus sebagai

berikut :

$$M = \frac{\sum \text{skor subjek}}{\sum \text{subjek}}$$

Keterangan :

M : mean empirik

$\sum \text{skor subjek}$  : jumlah skor total semua subjek

$\sum \text{subjek}$  : jumlah subjek penelitian

e. Standar deviasi Hipotetik

Setelah nilai mean diketahui, langkah selanjutnya yaitu mencari

standar deviasi (SD), adapun rumus yang digunakan sebagai

berikut :

$$SD = \frac{1}{6} (iMax - iMin)$$

Keterangan :

SD : Standar Deviasi

iMax : Skor tertinggi subjek

iMin : Skor terendah subjek

## f. Standar Deviasi Empirik

$$SD = \sqrt{\frac{\sum(x-\mu)^2}{N}}$$

Keterangan :

SD : Standar Deviasi

X : Jumlah Skor Aitem

 $\mu$  : Mean Empirik

N : Jumlah subjek penelitian

## g. Kategorisasi

Tingkat *Self-Control* dan *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN

Maulana Malik Ibrahim Malang dapat dilihat melalui kategorisasi

berikut :

Tabel 3.8  
Rumus Kategorisasi

No	Kategori	Skor
1	Tinggi	$X > (M+1SD)$
2	Sedang	$(M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$
3	Rendah	$X < (M-1SD)$

Keterangan :

X = Skor yang diperoleh subjek pada skala

M = Mean

SD = Standar Deviasi

**2. Analisis Regresi**

Regresi merupakan suatu alat ukur yang juga digunakan untuk mengukur ada atau tidaknya korelasi antar variabel. Analisis regresi lebih akurat dalam melakukan analisis korelasi, karena pada analisis

tersebut kesulitan pada tingkat perubahan suatu variabel terhadap variabel lainnya dapat ditentukan. Jadi dengan menggunakan analisis regresi atau perkiraan nilai variabel terikat pada variabel bebas dapat lebih akurat (Hasan, 2009).

Analisis regresi ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain . Analisis regresi merupakan salah satu analisis yang paling populer dan luas pemakaiannya. Analisis ini juga digunakan untuk memahami variabel bebas mana saja yang berhubungan dengan variabel terikat, serta untuk mengetahui bentuk-bentuk hubungan tersebut. Pada penelitian ini, peneliti meneliti pengaruh antara variabel *self-control* sebagai variabel X dan *fashion involvemen* sebagai variabel Y.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Pelaksanaan Penelitian

##### 1. Dekripsi Tempat Penelitian

Universitas Islam Negeri (UIN) Maliki Malang berdiri berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 50 tanggal 21 juni 2004. Bermula dari gagasan para tokoh Jawa Timur untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi islam dibawah Departemen Agama, dibentuklah panitia pendirian IAIN Cabang Surabaya melalui Surat Keputusan Menteri No. 17 Tahun 1961 yang bertugas untuk mendirikan Fakultas Syariah yang berkedudukan di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah yang berkedudukan di Malang. Keduanya diresmikan secara bersamaan oleh Menteri Agama pada 28 Oktober 1961. Pada 1 oktober 1964 didirikan juga Fakultas Ushuluddin yang berkedudukan di Kediri melalui Surat Keputusan Menteri Agama No. 66/1964.

Sempat bernama Universitas Islam Indonesia-Sudan (UIIS) sebagai implementasi kerja sama antara pemerintah Indonesia dan Sudan, dan diresmikan oleh wakil presiden RI H. Hamzah Hazz pada 21 juni 2002 yang juga dihadiri oleh wakil presiden Sudan serta pejabat tinggi pemerintah Sudan, secara spesifik akademi Universitas ini mengembangkan ilmu pengetahuan tidak saja bersumber dari metode Ilmiah melalui penawaran logis seperti observasi dan eksperimentasi tapi juga bersumber dari Al-quran dan hadis yang selanjutnya disebut

pradigam integrasi, oleh karena itu posisi al-qur'an dan hadist menjadi sangat sentral dalam kerangka intergrasi keilmuan tersebut.

Secara kelembagaan sampai saat ini memiliki enam Fakultas dan program pasca sarjana: 1). Fakultas Tarbiyah, jurusan pendidikan agama islam (PAI), Ilmu Pengetahuan sosial (IPS), dan Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), 2). Fakultas Syariah, jurusan Al-ahwal as- Syakhsiyah, dan Hukum Bisnis syariah. 3). Fakultas Humaniora dan Budaya, jurusan Bahasa dan sastra Inggris dan jurusan pendidikan Bahasa Arab dan jurusan pendidikan bahasa arab. 4). Fakultas Psikologi, jurusan psikologi. 5). Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen, jurusan akuntansi, jurusan program perbankan syariah dan jurusan program diploma perbankan syariah. 6). Fakultas Sains dan Teknologi, jurusan matematika, jurusan biologi, jurusan fisika, jurusan kimia, jurusan teknik informatika, jurusan teknik arsitektur dan jurusan farmasi.

Terletak di jalan Gajayana 50, Dinoyo Malang dengan lahan seluas 14 hektar. Universitas ini memodelisasi diri secara fisik sejak september 2005 dengan membangun gedung rektorat, fakultas, kantor administrasi, perkuliahan, perpustakaan, laboratorium, kemahasiswaan, pelatihan, olahraga, *bussiness center*, poliklinik, masjid, dan ma'had yang sudah lebih dulu ada dengan pendanaan dari *Islamic Development Bank* (IDB) melalui surat persetujuan IDB No. 4/IND/1287 tanggal 17 Agustus 2004. Dengan performansi fisik yang megah dan moderen, tekad, semangat

serta komitmen yang kuat dari seluruh anggota sivitas akademik seraya memohon ridho dan petunjuk Allah SWT, Universitas ini bercita-cita menjadi *the center of excellent dan center of Islamic civilization* sekaligus mengimplementasikan ajaran islam sebagai rahmat bagi semesta alam (al- islam rahmatul lil alamin).

## 2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Self-Control terhadap *Fashion Involvement* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015” ini dilaksanakan pada bulan Maret tahun 2019 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian ini dilakukan pada semua jurusan dari 6 Fakultas yang ada di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015.

## 3. Keadaan Demografis Subjek

Keadaan demografis dalam penelitian ini menggambarkan usia, kelas dan jenis kelamin subjek. Data demografis subjek dalam penelitian ini berupa usia, karena jenis kelamin subjek semuanya adalah perempuan dan subjek diambil dari tahun angkatan yang sama. Adapun data demografis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1  
Data Demografis Subjek

Usia	Jumlah
20	12
21	77
22	54
23	5
<b>Total</b>	<b>148</b>

## B. Hasil Penelitian

### 1. Uji Asumsi

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengukur apakah data yang didapatkan memiliki distribusi normal sehingga dapat diketahui normal atau tidaknya distribusi variabel-variabel dari penelitian yang dilakukan. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov Test* program *SPSS 23 Microsoft for windows*. Dasar dari pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah jika nilai signifikan  $p > 0,05$  maka dapat dikatakan bahwa variabel-variabel penelitian memiliki distribusi normal. Begitupun sebaliknya, jika  $p < 0,05$  maka dapat dikatakan tidak normal. Hasil dari Uji Normalitas penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 4.2 dibawah ini :

Tabel 4.2  
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov Test*

Variabel	n	Sig.	Keterangan
<i>Self control</i> <i>Fashion Involement</i>	148	0,200	Normal

Berdasarkan tabel diatas, daat dijelaskan bahwa nilai signifikan untuk variabel *self control* dan variabel *fashion involvement* sebesar 0,200. Hasil dari nilai signifikan variabel *self control* dan *fashion involvement*  $p > 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa populasi dari variabel *self control* dan *fashion involvement* berdistribusi normal dan

baik, dalam hal ini populasi pada sapek-aspek tersebut sudah cukup mewakili untuk pengujian selanjutnya dengan menggunakan statistik parametik.

b. Uji Linieritas

Uji Linieritas bertujuan untuk mengetahui variabel-variabel yang bersangkutan memiliki hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan Test for linierity pada *SPSS 23 Microsoft for Windows*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linieritas ini adalah jika nilai nilai signifikan  $p < 0,05$  , maka terdapat hubungan yang linier antara variabel bebas dan variabel terikat. Hasil dari uji linieritas dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.3  
*Test for Linierity*

Variabel	Sig.	Keterangan
<i>Self control</i> <i>Fashion Involvement</i>	0,004	Linier

Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan pada variabel *self control* dan *fashion involvement* didapati nilai signifikan sebesar 0,004 yang artinya nilai signifikansi  $p < 0,05$ , maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel bebas (*Self Control*) dan variabel terikat (*Fashion Involvement*) terdapat hubungan yang linier.

## 2. Analisis Deskriptif

### a. Analisis Data *Fashion Involvement*

Analisis deskriptif variabel *Fashion Involvement* dalam penelitian ini terdiri atas beberapa tahapan, diantaranya yaitu :

#### i. Mean Empirik

$$\begin{aligned} M &= \frac{\sum \text{skor subjek}}{\sum \text{subjek}} \\ &= 9129 : 148 \\ &= 61,68 \end{aligned}$$

#### ii. Standar deviasi empirik

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{\frac{\sum (x-\mu)^2}{N}} \\ &= \sqrt{\frac{4952,075}{148}} \\ &= \sqrt{33,46} \\ &= 5,78 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui Mean hipotetik variabel *Fashion Involvement* = 52,5 , Mean empirik = 61,68, skor total minimum = 50 dan maksimum = 79, serta Standar deviasi = 5,78.

#### iii. Kategorisasi

Tahap selanjutnya yaitu menganalisa tingkat *Fashion Involvement* pada masing-masing responden penelitian, berikut ini akan dipaparkan pengkategorisasian dan tingkat *fashion involvement* mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim

Malang angkatan 2015. Adapun deskripsi pengkategorisasian tingkat *fashion involvement* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4  
Pengkategorisasian Tingkat *Fashion Involvement*

Kategori	Skor	Hasil
Tinggi	$X > (M+1SD)$	$X > 67,46$
Sedang	$(M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$	$55,89 \leq X \leq 67,46$
Rendah	$X < (M-1SD)$	$X < 55,89$

iv. Presentase

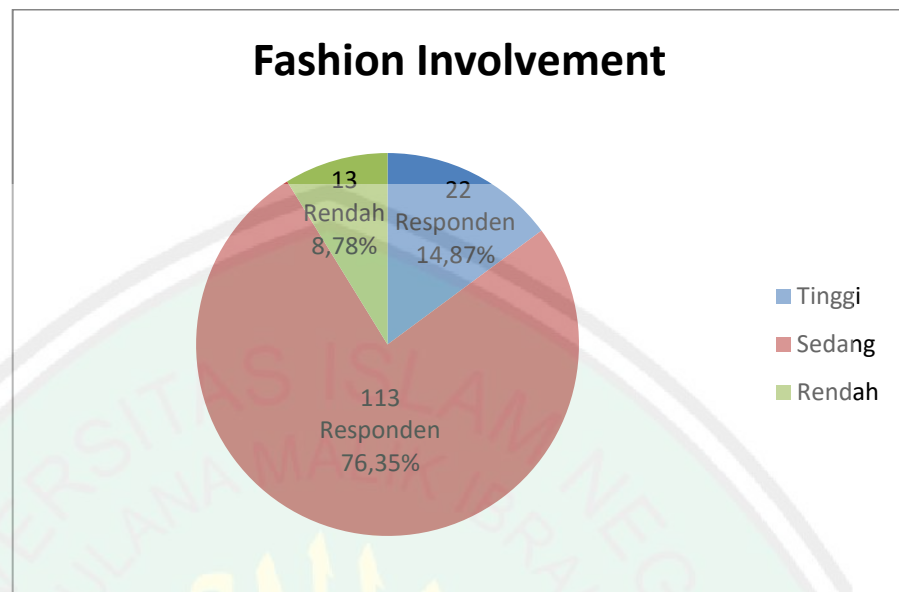
Setelah hasil mengetahui kategorisasi tinggi, sedang atau rendah, maka tahap selanjutnya adalah mengetahui prosentase dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Selanjutnya akan diperoleh prosentase tingkat *fashion involvement* pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015.

Tabel 4.5  
Hasil Deskriptif Tingkat *Fashion Involvement*

Kategori	Skor	Hasil	f	P
Tinggi	$X > (M+1SD)$	$X > 66,51$	22	14,87%
Sedang	$(M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$	$56,85 \leq X \leq 66,51$	113	76,35%
Rendah	$X < (M-1SD)$	$X < 56,85$	13	8,78%



Gambar 4.1

Distribusi Tingkat *Fashion Involvement* Responden

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 memiliki tingkat *Fashion Involvement* yang sedang. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 76,35% dengan jumlah frekuensi 113 dari 148 subjek yang menunjukkan keterlibatan yang sedang terhadap *fashion*. Sedangkan untuk tingkat *fashion involvement* tinggi terdapat sebanyak 14,87% dengan jumlah frekuensi 22 subjek. Dan untuk tingkat *fashion involvement* tinggi terdapat sebanyak 8,78% dengan jumlah frekuensi 13 subjek.

b. Analisis Data *Self-Control*

Analisis deskriptif variabel *Self Control* dalam penelitian ini terdiri atas beberapa tahapan, diantaranya yaitu :

i. Mean Empirik

$$\begin{aligned} M &= \frac{\sum \text{skor subjek}}{\sum \text{subjek}} \\ &= \frac{6948}{148} \\ &= 46,94 \end{aligned}$$

ii. Standar deviasi empirik

$$\begin{aligned} SD &= \sqrt{\frac{\sum (x-\mu)^2}{N}} \\ &= \sqrt{\frac{2643,573}{148}} \\ &= \sqrt{17,86} \\ &= 4,23 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, dari jumlah aitem skala tersebut maka dapat diketahui bahwa skor total minimum = 34 dan maksimum = 57, Mean Empirik variabel *Self control* = 46,94 serta Standar deviasi = 4,23.

iii. Kategorisasi

Tahap selanjutnya yaitu menganalisa tingkat *Self control* pada masing-masing responden penelitian, berikut ini akan dipaparkan pengkategorisian dan tingkat *Self control* mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015.

Adapun deskripsi pengkategorisasian tingkat *Self control* adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6  
Pengkategorisasian Tingkat *Self control*

Kategori	Skor	Hasil
Tinggi	$X > (M+1SD)$	$X > 51,17$
Sedang	$(M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$	$42,71 \leq X \leq 51,17$
Rendah	$X < (M-1SD)$	$X < 42,71$

iv. Presentase

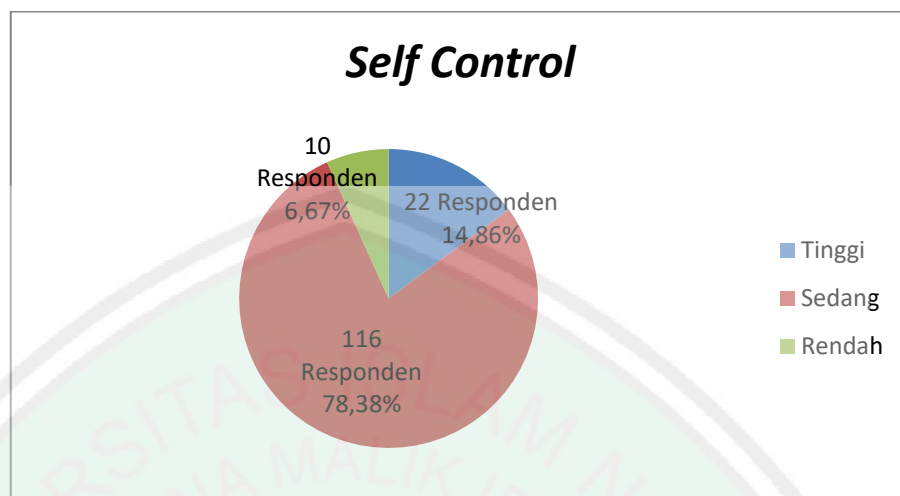
Setelah hasil mengetahui kategorisasi tinggi, sedang atau rendah, maka tahap selanjutnya adalah mengetahui prosentase dengan menggunakan rumus sebagai berikut

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Selanjutnya akan diperoleh prosentase tingkat *self control* pada mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015.

Tabel 4.7  
Hasil Deskriptif Tingkat *Self Control* Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Kategori	Skor	Hasil	f	P
Tinggi	$X > (M+1SD)$	$X > 57,33$	22	14,86%
Sedang	$(M-1SD) \leq X \leq (M+1SD)$	$47,67 \leq X \leq 57,33$	116	78,38%
Rendah	$X < (M-1SD)$	$X < 47,67$	10	6,76%



Gambar 4.2  
Distribusi Tingkat *Self Control* Responden

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa sebagian besar mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 memiliki tingkat *Self Control* yang sedang. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat sebanyak 78,38% dengan jumlah frekuensi 116 dari 148 subjek yang menunjukkan tingkat kontrol diri yang sedang. Sedangkan untuk tingkat *self control* tinggi terdapat sebanyak 14,86% dengan jumlah frekuensi 22 subjek. Dan untuk tingkat *self control* rendah hanya terdapat 6,76% dengan jumlah frekuensi 10 subjek.

### 3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis Regresi Linier Sederhana merupakan uji untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan yang linier antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y), analisis ini juga dapat

mengetahui arah hubungan antar variabel. Adapun hasil dari Uji Regresi Linier Sederhana dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8  
Koefisien Korelasi

Variabel	R	R Square
<i>Self control Fashion Involvement</i>	0,504	0,254

Berdasarkan tabel diatas, besar nilai korelasi / hubungan (R) antara variabel *self control* dengan *fashion involvement* yaitu sebesar 0,504 . Pada tabel diatas juga terdapat nilai R square atau koefisien determinasi yang menunjukkan seberapa baik model regresi yang terbentuk antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 0,254 atau 25,4%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *self control* (X) memiliki pengaruh terhadap variabel *fashion involvement* (Y) sebesar 25,5%. Perbedaan antara nilai R dengan R Square yaitu nilai R menunjukkan kualitas hubungan yang terjadi antar variabel sedangkan R Square menunjukkan kuantitas yaitu seberapa besar variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen yang dalam hal ini berturut-turut adalah *self control* dan *fashion involvement*.

Tabel 4.9  
Uji Nilai Signifikan

Variabel	F	Sig.
<i>Self control Fashion Involvement</i>	49,634	0,000

Uji signifikan pada tabel 4.9 diatas digunakan untuk menentukan taraf signifikansi atau linieritas dari regresi. Dasar dari pengambilan keputusan ditentukan berdasarkan hasil uji nilai signifikansi (Sig.), dengan ketentuan jika nilai Sig. < 0,05 maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan tabel 4.9, diketahui nilai sig. = 0,000 yang berarti nilai sig. < dari kriteria signifikansi yaitu (0,05). Dengan demikian model regresi dapat dinyatakan telah memenuhi kriteria.

Tabel 4.10  
Koefisien Regresi Sederhana

Variabel	B (Koefisien konstan)	Koefisien Variabel	t	Sig.
<i>Self control Fashion Involvement</i>	24,246	0,368	7,045	0,000

Hasil dari perhitungan koefisien regresi pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai koefisien constant (a) sebesar 24,246 dan koefisien variabel (b) *self control* sebesar 0,368. Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 24,246 + 0,368X$$

Berdasarkan persamaan diatas, diketahui nilai konstanta variabel *fashion involvement* sebesar 24,246. Selanjutnya, nilai + 0,368X menyatakan bahwa arah pengaruh antara variabel *self control* (X) terhadap variabel *fashion involvement* (Y) adalah positif.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi sederhana ini berdasarkan nilai signifikansi dari tabel 4.10 *Coefficients* diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dimana nilai tersebut  $< 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel self control berpengaruh terhadap variabel *fashion involvement*.

Berdasarkan nilai t, diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,045 dan  $t_{tabel}$  untuk taraf signifikan 5% dengan db 146 (db = N-2 untuk N = 148) adalah 1,655. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, dengan demikian dari hasil perhitungan diatas diketahui  $t_{hitung} 7,045 > t_{tabel} 1,655$  dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel *self control* dengan variabel *fashion involvement*.

### C. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan pada 148 subjek penelitian, diketahui bahwa tingkat *self control* mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 termasuk dalam kategori sedang yaitu 78,39 %. Demikian juga tingkat *fashion involvement* mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 juga termasuk dalam kategori sedang yaitu 76,35%. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara *self control* dengan *fashion involvement* mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015.

### 1. **Tingkat *Self control***

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa tingkat *self control* Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis deskriptif yang menunjukkan terdapat 78,38% atau 116 mahasiswi dari 10% jumlah keseluruhan mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 yaitu 148 subjek. Selain itu 14,86% mahasiswi memiliki tingkat *self control* tinggi, dan 6,76% mahasiswi memiliki tingkat *self control* rendah.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 cenderung dapat mengontrol diri dalam mengambil keputusan, mengontrol perilaku, mengontrol pikiran serta dapat mengendalikan dan menyaring informasi yang diterimanya sehingga mahasiswi mampu mengelolanya secara efektif. Sedangkan untuk tingkat *self-control* tinggi, individu lebih bisa memberikan respon secara konstruktif dimana dapat membangun hubungan yang lebih positif dan bisa mengantisipasi berbagai kemungkinan masalah yang akan terjadi. Dan untuk tingkat *self-control* rendah, individu digambarkan sebagai seseorang yang mudah putus asa, mudah kehilangan kendali dan tidak bisa mengontrol emosinya dengan baik. Hal tersebut membuat individu lebih mudah terpengaruh oleh stimulus-stimulus negatif yang merugikan individu.

Dalam Islam, seorang muslim yang memiliki tingkat kontrol diri yang baik merupakan seseorang yang dikatakan “kuat”. Kuat disini bukan diartikan sebagai seseorang yang selalu menang dalam bertarung, berkelahi atau dalam hal fisik lainnya. Akan tetapi diartikan sebagai seseorang yang menang dalam melawan hawa nafsunya. Kemenangan dan keberhasilan seseorang dalam melawan hawa nafsu ini didapat atau diraih oleh orang-orang yang mampu mengendalikan dirinya, meredam hawa nafsunya ketika marah, dan selalu meningkatkan kesabarannya saat menghadapi musibah. Hal tersebut dijelaskan dalam hadist berikut :

*“Dari Abu Huraira r.a : Rasulullah saw bersabda : Orang yang kuat bukanlah orang yang (bisa) menang saat bertarung / bergulat, tetapi orang kuat itu adalah yang (mampu) mengendalikan nafsunya ketika marah.” (H.R Bukhari dan Muslim)*

Tinggi rendahnya kontrol diri seseorang dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal yang berperan terhadap kemampuan kontrol diri individu adalah usia. Semakin bertambahnya usia seseorang maka akan semakin baik kemampuan seseorang tersebut dalam mengontrol dirinya (Ghufron & Risnawita, 2010). Hal tersebut sejalan dengan pendapat Mulyono (2013) dimana faktor gender, usia dan penghasilan termasuk dalam tiga faktor internal dalam diri seseorang.

*Self control* merupakan gambaran individu dalam mengambil keputusan melalui pertimbangan kognitif dalam rangka menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan individu. Individu dengan tingkat *self control* yang tinggi sangat memperhatikan cara yang tepat untuk

berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Heni (2012) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Dimana semakin individu memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi, maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Sulistyawati (2016) juga menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan kecenderungan *impuls buying*, dimana semakin tinggi tingkat kontrol diri individu maka semakin rendah kecenderungan *impuls buying*. Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa *self control* sangatlah penting dalam menentukan arah perilaku individu.

Setiap individu memiliki kontrol diri yang berbeda, ada individu yang mampu mengontrol dirinya secara baik, namun ada juga individu yang belum bisa mengontrol dirinya dengan baik. Block (Ghufon & Risnawita, 2010) menyatakan bahwa terdapat tiga jenis kontrol diri, yaitu, 1) *Over control*, merupakan kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus, 2) *Under control*, merupakan suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan tanpa perhitungan yang matang, 3) *Appropriate control*, merupakan kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

Menurut Averill (dalam Ghufon dan Risnawita, 2010) perbedaan tingkat *self control* pada individu dipengaruhi oleh tiga aspek, diantaranya

yaitu a) *behaviour control* (kontrol perilaku) merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. b) *Cognitive control* (Kontrol kognitif), merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. c) *Decisional control* (kontrol keputusan), merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada apa yang diyakini atau disetujuinya.

## 2. *Tingkat Fashion Involvement*

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan oleh peneliti, diketahui bahwa tingkat *Fashion Involvement* Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis deskriptif yang menunjukkan terdapat 76,35% atau 113 mahasiswi dari 10% jumlah keseluruhan mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 yaitu 148 subjek. Selain itu 14,87% mahasiswi memiliki tingkat *fashion involvement* tinggi, dan 8,78% mahasiswi memiliki tingkat *fashion involvement* rendah.

Hasil tersebut menunjukkan bahwa mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 cenderung mengikuti perkembangan tren *fashion* yang ada, mahasiswi juga mampu

memilih dan menentukan *fashion* yang baik untuk dirinya sendiri tanpa campur tangan orang dan masih mampu membedakan antara keinginan dan kebutuhan. Sedangkan untuk tingkat *fashion involvement* tinggi, individu termasuk seseorang sangat memperhatikan penampilan fisiknya. Individu akan selalu mencari tau hal-hal atau produk-produk yang sedang trend dan mampu menyesuaikan *fashion* dengan karakteristik pribadinya. Selain itu pada tingkat *fashion involvement* tinggi individu mampu mengarahkan keterlibatannya agar tidak menimbulkan dampak negatif. Dan untuk tingkat *fashion involvement* rendah, individu termasuk seseorang mengikuti tren akan tetapi yang tidak memandang *fashion* sebagai sesuatu yang penting sehingga dalam membeli produk *fashion* individu tidak memperhatikan esensi serta nilai guna dari produk tersebut, individu cenderung berperilaku impulsif dalam membeli produk *fashion*.

Seiring berkembangnya jaman, waktu menghadirkan perkembangan *fashion* yang tidak ada matinya. Hal tersebut tidak dapat dipungkiri oleh sebagian besar masyarakat terutama mahasiswi. Menurut Baudrillard, terdapat tiga logika/tanda yang mempengaruhi perkembangan *fashion*, diantaranya yaitu 1) logika fungsional nilai guna, yaitu logika yang merujuk pada pemikiran konsumen mengenai kegunaan dari suatu objek yang dianggap sangat berkaitan dengan kebutuhannya, 2) logika ekonomi nilai tukar, yaitu logika yang berkaitan dengan pertimbangan harga atau pertukaran nilai guna suatu barang/jasa yang ditawarkan, 3) logika pertukaran simbiolis, yaitu logika yang merujuk pada pertimbangan

akan adanya relasi yang didapat akibat pertukaran yang terjadi (Barnard, 2006).

*Fashion* merupakan salah satu bagian dari mahasiswa yang paling penting. Bagi mereka, *fashion* merupakan jati diri, ekspresi, *looking*, lambang kelas sosial dan lain sebagainya. Thomas Carlyle menyebut pakaian sebagai “*emblems of the soul*” atau pelambang jiwa, dimana pakaian dapat menunjukkan “siapa” pemakainya. Terdapat pula ungkapan yang mengatakan “*i speak through my clothes*” yang artinya saya berbicara melalui pakaian saya (Ibrahim, 2006).

Menurut Roach & Eicher (1979) individu individu itupun mungkin memperoleh kesenangan estetis baik dari “penciptaan pemeran pribadi” maupun dari apresiasi orang lain (Barnard, 2011). Beberapa mahasiswi mengungkapkan bahwa dengan *fashion* yang ia gunakan, orang lain akan lebih senang melihatnya dan yang menggunakannya pun akan merasa lebih percaya diri. Hal tersebut merupakan bentuk kesenangan estetis yang timbul melalui apresiasi orang lain. Dengan demikian individu terdorong untuk terlibat dalam perkembangan trend *fashion*, keterlibatan individu dalam *fashion* ini disebut *fashion involvement*.

*Fashion Involvement* merupakan dorongan untuk mencari tahu tujuan penggunaan *fashion* sehingga mampu memilih, memperhatikan serta membuat pertimbangan terhadap suatu produk *fashion* sebelum membelinya dan menggunakan waktu secara efisien untuk *fashion* yang sesuai dengan karakteristik kepribadiannya dengan atau tanpa melibatkan

orang lain didalamnya. Seseorang dengan tingkat *fashion involvement* yang tinggi cenderung update dan selalu memperhatikan trend *fashion* yang ada dilingkungannya.

Dalam Islam, *fashion* merupakan salah satu identitas bagi setiap muslim. Perintah menutup aurat bagi perempuan merupakan salah satu dari sekian banyak penegasan identitas yang terdapat dalam nash. Islam merupakan ajaran global yang tidak menampik identitas lokal oleh masing-masing kelompok dalam masyarakat islam. Perintah dalam islam mengenai menutup aurat bagi umat muslim didapati dalam sejumlah nash syariat yang menekankan dan memerintahkan umat islam untuk menutup aurat. Diantaranya terdapat dalam Q.S An-Nur (24) ayat 31:

وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلَا يَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ أَبْنَائِهِنَّ أَوْ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوِ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنَ زِينَتِهِنَّ وَتَوْبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*Artinya : Katakanlah kepada wanita yang beriman: "Hendaklah mereka menahan pandangannya, dan kemaluannya, dan janganlah mereka menampakkan perhiasannya, kecuali yang (biasa) nampak daripadanya dan hendaklah mereka menutupkan kain kerudung kedadanya, dan janganlah menampakkan perhiasannya kecuali kepada suami mereka, atau ayah mereka, atau ayah suami mereka, atau putera-putera mereka, atau putera-putera suami mereka, atau saudara laki-laki mereka, atau putera-putera saudara lelaki mereka*

atau putera-putera saudara perempuan mereka atau wanita-wanita Islam, atau budak-budak yang mereka miliki, atau pelayan-pelayan laki-laki yang tidak memiliki keinginan (terhadap wanita) atau anak-anak yang belum mengerti tentang aurat wanita. Dan janganlah mereka memukulkan kakinya agar diketahui perhiasan yang mereka sembunyikan, dan bertaubatlah kamu sekalian kepada Allah, hai orang-orang yang beriman supaya kamu beruntung.” (Al-Qur’an, An-Nur 24 : 31)

*Fashion* khususnya pakaian merupakan demonstrasi dari bagian ayat tersebut diatas. Ayat tersebut menjelaskan bagaimana seharusnya pakaian yang baik bagi perempuan muslim, dimana harus menutupi dada (aurat) dan tidak menampakkan lekuk tubuhnya. Penjelasan mengenai fungsi utama pakaian sebagai penutup aurat juga dijelaskan dalam Al-Qur’an surat Al-A’raf Ayat 26 yang artinya :

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِمَكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسَ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ  
 اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

“ Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya telah kami turunkan kepada kalian pakaian yang menutup aurat kalian dan perhiasan bagi kalian. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah. Mudah-mudahan mereka ingat.” (Al-Qur’an, Q.S Al-A’raf 7 : 26)

Berdasarkan ayat diatas, didapati anjuran untuk memakai pakaian terbaik yang dimilikinya. Artinya, dalam keterlibatannya terhadap *fashion* seorang muslim dianjurkan memilih berdasarkan fungsinya sebagai penutup aurat dan memperindah diri.

### 3. Pengaruh *Self Control* terhadap *Fashion Involvement*

Berdasarkan hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel *self control* berpengaruh terhadap variabel *fashion involvement*

dengan kualitas pengaruh yang cukup baik. Selain itu pengaruh variabel *self control* terhadap *fashion involment* sebesar 25,4% sedangkan sisanya 74,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa *self control* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap *fashion involvement*.

Hal tersebut menunjukkan bahwa dalam keterlibatannya terhadap *fashion*, mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 masih bisa mengontrol perilakunya agar tidak berdampak negatif. Individu masih juga masih bisa membedakan mana antara kebutuhan dengan keinginan, maka dari itu ketika keterlibatannya dalam *fashion* menginginkan suatu produk yang memang sedang tren dikalengannya ia masih mampu mengontrol keputusannya untuk memilih produk secara efektif.

Hasil penelitian Susiska (2013) menyebutkan bahwa semakin tinggi tingkat *fashion involvement* maka semakin tinggi pula tingkat *impulse buying* konsumen. Apabila menurut konsumen pakaian merupakan hal yang penting dalam menunjang *fashion* berarti konsumen akan memberikan perhatian lebih terhadap produk tersebut. Begitupun dengan produk *fashion* lain, semakin konsumen menganggap produk tersebut penting sebagai penunjang *fashionnya*, maka semakin tinggi pula keinginan konsumen untuk memiliki produk tersebut. Japariyanto dan Sugiono (2011) juga menyebutkan bahwa pakaian sangat erat keterlibatannya (*high involvement*) dengan karakteristik pribadi seseorang

sehingga semakin besar keinginan seseorang untuk berpenampilan menarik akan mempengaruhi orang tersebut dalam melakukan pembelian produk yang diinginkannya tanpa direncanakan.

Tinarbuko (dalam Saputri, 2016) menjelaskan bahwa dalam keterlibatan terhadap *fashion*, individu diharapkan mampu mengontrol diri agar terhindar dari dampak negatif, adapun dampak negatif akibat keterlibatan individu dalam *fashion* adalah terjadinya pembengkakan pengeluaran, rasa penyesalan terkait masalah keuangan, hasrat berbelanja yang memanjakan rencana (non-keuangan) dan rasa kecewa karena membeli produk secara berlebihan. Dampak tersebut secara langsung dapat dirasakan para remaja ketika tidak mengikuti trend *fashion* adalah dianggap ketinggalan jaman sehingga dirasa dapat menurunkan harga diri remaja tersebut. O’Cass (2001) juga menjelaskan bahwa wanita dan kalangan muda (remaja) memiliki keterlibatan yang lebih tinggi dalam hal *fashion*.

Park (2006) menyatakan terdapat hubungan yang positif antara tingkat *fashion involvement* dengan pembelian pakaian atau produk *fashion* lainnya, dan jika tidak diimbangi oleh kemampuan *self control* akan memungkinkan konsumen terlibat dalam *impulse buying* didalamnya. Dalam hal ini peran *self control* sangatlah berpengaruh dalam menentukan arah dan tujuan *fashion* tersebut digunakan. Dengan kata lain semakin tinggi tingkat *self control* yang dimiliki mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015, maka

keterlibatannya terhadap *fashion* tidak akan menimbulkan dampak negatif seperti kecenderungan *impulsif buying* dan berperilaku konsumtif. Individu juga semakin bisa menentukan *fashion* yang baik dan sesuai dengan karakteristik dirinya tanpa menimbulkan dampak negatif seperti membuang-buang waktu dan uang.

Hal tersebut sejalan dengan pendapat Tangney dkk (2004) dalam *journal of personality* yang berjudul “*High self control predict good adjustment, less pathology better grades and interpersonal succes*” menyebutkan bahwa tingkat kecenderungan *self-control* berpengaruh terhadap kehidupan sosial, pola emosional dan interpersonal pada mahasiswa. Hasil dari penelitiannya ditemukan bahwa individu dengan pengendalian diri yang baik memiliki kemampuan interpersonal dan hubungan interpersonal yang baik serta memiliki pola emosional yang optimal sehingga dapat membuat kehidupan emosionalnya lebih baik daripada orang lain. Kaitannya dengan *fashion involvement* adalah ketika *self control* terhadap *interpersonal* yang baik digunakan oleh individu untuk menjadi pribadi yang lebih baik sehingga memunculkan karakteristik pribadi yang baik. Hal tersebut akan mempengaruhi individu dalam pemilihan *fashion* secara positif agar sesuai dengan karakteristik pribadinya serta mengontrol perilaku konsumtif individu terhadap produk *fashion* agar tidak menimbulkan dampak negatif.

Dalam Islam, penggunaan *fashion* juga diatur agar penggunaannya tidak berlebihan. Hal tersebut dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 31 :

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

*“Wahai anak cucu adam! Pakailah pakaian kalian yang indah pada setiap kalian ke Masjid (tempat ibadah) dan makanlah serta minumlah oleh kalian dan jangan pula kalian berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak suka akan orang yang berlebih-lebihan.”*(QS. Al-A'raf, 7: 31)

Dari ayat diatas, Allah SWT menganjurkan seseorang untuk mengenakan pakaian yang baik dan indah ketika akan pergi ke masjid (tempat beribadah) akan tetapi dilarang untuk berlebih-lebihan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagai seorang muslim harus dapat mengontrol diri untuk berpakaian yang baik dan indah akan tetapi tidak berlebihan dan tidak menyalahi aturan-aturan yang ditetapkan Allah SWT.

Baltajiy (dalam Ilyas, 2016) mengemukakan etika berpakaian bagi perempuan muslim yang merupakan rumusan dari sejumlah analisisnya terhadap dalil-dalil syariat sebagai berikut :

- 1) Hendaknya pakaian perempuan tidak menyolok dan mengundang perhatian pihak laki-laki, sebab hal tersebut dapat mengundang fitnah
- 2) Hendaknya pakaian perempuan tidak sempit hingga menampakkan lekuk tubuhnya yang nantinya dapat mengundang syahwat

- 3) Hendaknya pakaian perempuan itu tebal dan tidak terawang, sehingga bayangan tubuhnya tidak nampak
- 4) Tidak menggunakan wewangian yang mencolok yang dapat merangsang orang lain yang menciumnya
- 5) Hendaknya tidak menyerupai pakaian non muslim yang cenderung demonstratif
- 6) Hendaknya tidak menyerupai pakaian laki-laki
- 7) Dan hendaknya tidak menggunakan perhiasan yang berlebihan



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

##### 1. Tingkat *Self Control*

Tingkat *Self Control* Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis deskriptif yang menunjukkan terdapat 78,38% atau 128 mahasiswi dari 10% jumlah keseluruhan mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 yaitu 148 subjek. Selain itu 14,86% mahasiswi memiliki tingkat *self control* tinggi, dan 6,76% mahasiswi memiliki tingkat *self control* rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 mampu mengendalikan dan mengontrol pikiran, perilaku dan keputusannya serta mampu mengendalikan dan menyaring informasi-informasi yang diterimanya dengan baik sehingga mahasiswi mampu mengarahkan dirinya pada hal-hal yang positif dan menghindari hal-hal yang berdampak negatif.

## 2. Tingkat *Fashion Involvement*

Tingkat *Fashion Involvement* Mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil analisis deskriptif yang menunjukkan terdapat 76,35% atau 113 mahasiswi dari 10% jumlah keseluruhan mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 yaitu 148 subjek. Selain itu 14,87% mahasiswi memiliki tingkat *fashion involvement* tinggi, dan 8,78% mahasiswi memiliki tingkat *fashion involvement* rendah. Dengan demikian, mayoritas mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 termasuk mahasiswi yang mengikuti perkembangan tren *fashion*.

## 3. Pengaruh *Self control Terhadap Fashion Involvement*

Berdasarkan hasil analisis deskriptif mengenai tingkat *self control* mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015, terdapat 78,38% atau 128 mahasiswi. Demikian juga hasil analisis tingkat *fashion involvement* yang menunjukkan terdapat 76,35% atau 111 mahasiswi dari 10% jumlah keseluruhan mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 yaitu 148 subjek. Berdasarkan data tersebut terlihat bahwa mayoritas mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2015 memiliki tingkat *self control* dan *fashion involvement* yang baik.

Selanjutnya, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kemampuan *self control* memiliki kontribusi yang cukup baik terhadap *fashion involvement* mahasiswi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2015. Selain itu pengaruh variabel *self control* terhadap *fashion involment* sebesar 25,4% sedangkan sisanya 74,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal tersebut menunjukkan bahwa *self control* memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap *fashion involvement*.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti mengajukan sara-saran sebagai berikut :

### **1. Bagi Mahasiswi (Remaja)**

Bagi mahasiswi, disarankan untuk mempertahankan dan mengontrol perilaku pembelian produk fashion dalam menunjang penampilannya untuk tampil modis dan *fashionable*. Mahasiswi dapat membuat *list* kebutuhan, atau mencatat barang-barang yang ingin dibeli sebelum berbelanja untuk menghindari *impulsive buying* terhadap *display* produk *fashion* yang menarik perhatian. Selain itu mahasiswi juga dianjurkan untuk memperkuat kontrol dirinya dengan cara melatih dan mengontrol perilakunya untuk menghindari dampak-dampak negatif dari keterlibatannya terhadap *fashion*.

## 2. Bagi Peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya perlu ditambah dan diperbanyak penelitian sebelumnya mengenai variabel-variabel yang terkait dengan *fashion involvement* seperti perilaku konsumtif, impulsive buying, perilaku konsumen dan lain-lain sebagai data pendukung penelitian agar lebih maksimal.

## 3. Bagi Pembaca

Bagi Pembaca, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan menjadi referensi atau masukan bagi penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh *Self Control* terhadap *Fashion Involvement*. Selain itu diharapkan mampu memberikan pemahaman pada masyarakat khususnya pembaca bahwa kontrol diri dapat digunakan dalam mengarahkan keterlibatan seseorang terhadap fashion agar tidak menimbulkan dampak negatif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahyadi, A. (2005). *Pengantar Psikologi Agama*. Bandung : Sinar Abadi.
- Aliefierahma, Olivina Dewi. (2013). *Hubungan tingkat Religiusitas dengan Sikap Berbusana Muslim pada Siswi*. Jurnal FIP UNESA. Vol.2, No.02
- Alwisol. (2004). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Ancok, Djamaluddin & Santoso F.N. (2001). *Psikologi Islam : Solusi Islam Atas Problem-problem Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka pelajar.
- Arikunto, S.. (2006). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta : Rineke cipta.
- Azwar, S.. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajr.
- Azwar, S.. (2012). *Reliabilitas dan Validitas Edisi 4*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Barnard, Malcom. (2009). *Fashion Sebagai Komunikasi: Cara mengkomunikasikan identitas sosial, Seksual, Kelas dan Gender*. Bandung : Jelasutra.
- Barnard, Malcom. (2011). *Fashion As Communication*. Bandung : Jelasutra.
- Chita, ReginaC.M., Lydia David, Cicilia Pali. (2015). *Hubungan antara Self Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universtas SAM Ratilangi*. Jurnal Psikologi. Vol.3(1), 297-302.
- Faqieh, Annurahim, dkk. (2006). *Faktor-faktor yang berkaitan dengan Motivasi berbusana muslim Mahasiswi Universitas Islam Indonesia*. Jurnal Tim LPPAI UII Yogyakarta. Vol.4, No.1.
- Ghufron, M. Nur dan Rini Risnawita S.. (2010). *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta : Ar-Ruzz Media Grup
- Hasan, M. Iqbal. (2002). *Pokok-Pokok Materi Metodoogi Penelitian dan Aplikasinya*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Heni, AS. (2012). *Hubungan antara kontrol diri dan syukur dengan perilaku konsumtif pada remaja SMA IT Abu bakar Yogyakarta*. Jurnal fakultas psikologi. Vo.1 2 No.1.

- Ibrahim, Idy Subandy. (2006). *Budaya populer sebagai Komunikasi*. Yogyakarta : Jalasutra
- Ilyas, Musyfikah. (2016). *Memaknai Fashion Dalam Hukum Islam*. Jurnal Fakultas Syariah dan Hukum UIN Alauddin Makassar. Vol. 5 No.1
- Jalaluddin. (2005). *Pikologi Agama*. Jakarta : Rajawali Press.
- Japariyanto, Edwin dan Sugiono Sugiharto. (2011). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior Masyarakat High Income Kota Surabaya*. Jurnal Manajemen Pemasaran. Vol.6, No.1.
- Listiari, Esti. (2011). *Hubungan antara tingkat Religiusitas dan Pengendalian Diri pada Remaja Tingkat SMA*. Jurnal Psikologi. Fakultas Psikologi Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta. Vol.5, No.7.
- Maryam, Dewi. (2016). *Pengaruh Konformitas dan Kontrol diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Maliki Malang Angkatan 2013*. Skripsi. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- McCroskey, J.C. & McCain,T.A. (1972). *The Measurement of Interpersonal Attraction, the Western Speech Communication Association Convention*. Honolulu, hawaii : U.S Department of Healt, Education & Welfare Office of Education.
- McFatter, Robin Danielle.(2005). *Fashion Involvement of Affluent Female Costumer*. Mc Neese State University.
- Mulyono .F. (2014). *Faktor demografi dalam pembelian impulsif*. Fakultas ilmu sosial dan politik. Universitas Katolik Parahyangan. Jurnal administrasi Bisnis. Vol. 8 N0.1.
- Nasrullah, Muhammad. (2015). *Islamic Branding, Religiusitas dan Keputusan konsumen terhadap Produk*. Jurnal STAIN Pekalongan.
- Nazir, M.. (2014). *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- O’Cass, Aron. (2001). *Consumer Self Monitoring, Materialism and Involvement in Fashion Clothing*. Australian Journal. Vol.9, No.1.
- O’Cass, A. (2004). *Fashion Clothing Consumption : Antecedents and Conserquences Of Fashion Clothing Involvement*.

- Peter, J. Paul & Jerry C Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi Kesembilan. Diterjemahkan Oleh : Diah Tantri Dwiandani*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rahayu, Dita. (2017). *Pengaruh Kontrol Diri dan Religiusitas terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Sains dan Teknologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Ritzer. (2006). *Teori Sosial Postmodern*. Yogyakarta : PT. Kreasi Wacana.
- Santrock, John W. (2011). *Life-Span Development : Perkembangan Masa-Hidup Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Saputri, Herlina rahmi (2016). *Hubungan antara Fashion Involvement dan Impulse Buying dengan Self esteem pada remaja di MAN Samarinda*. eJournal Psikologi Vol 4 No.2
- Sugiono (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & R dan D*. Bandung : Alfabeta
- Sultana, Ariva. (2016). *Hubungan Self-Control dengan Fashion Involvement pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*. Skripsi. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Sunarto, K. (2000). *Pengantar Sosiologi Edisi Kedua*. Depok : Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Susiska, Dea. (2013). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement pada Impulse Buying Behavior*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Purworejo, hlm 35.
- Tangney, J.P., Baumeister, R.F, & Boone, A.L. (2004). *High self control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal succes*. Journal of Personality. 72(2), 271-322.
- Tifani. (2014). *Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian Diskon pada Mahasiswi Fakultas Hukum Universitas Sriwijaya Palembang*. Jurnal Ilmiah Psyche Universitas Bina Darma. Vol.8, No.2.



# LAMPIRAN

### SKALA PENELITIAN 1

Nama :  
 Usia :  
 Fakultas/Jurusan :  
 Semester :

#### Petunjuk Pengisian

Dengan hormat,

Ditengah kesibukan saudara saat ini, perkenankan kami memohon bantuan saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi skala yang kami lampirkan berikut. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan berikut dan pilihlah salah satu alternative jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara dengan memberi tanda check list (√) pada kolom yang tersedia.

**SS** : Sangat Sesuai, **S** : Sesuai, **TS** : Tidak Sesuai, **STS** : Sangat Tidak Sesuai

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya hanya membeli barang ketika membutuhkan				
2	Ketika berbelanja saya hanya membeli barang yang ada di daftar belanja				
3	Saya tidak bisa mengontrol waktu saya ketika berbelanja				
4	Saya bisa mengendalikan diri saat ada diskon				
5	Saya selalu membeli barang yang sedang tren (up to date)				

6	Saya menolak diajak berbelanja ketika tidak mempunyai uang				
7	Saya tidak membeli barang hanya karena sedang promo				
8	Saya marah ketika mendapat komentar buruk tentang penampilan saya				
9	Ketika teman saya menggunakan sesuatu yang bagus, saya ingin ikut membelinya				
10	Saya senang ketika penampilan saya dipuji banyak orang				
11	Saya menganggap kritikan dari teman saya sebagai masukan				
12	Saya mendengarkan saran teman ketika disuruh berhemat				
13	Ketika bingung menentukan pakaian untuk menghadiri suatu acara, saya mencari referensi diInternet				
14	Saya membenci orang yang mengomentari penampilan saya				
15	Saya membutuhkan waktu lama untuk memilih baju yang akan saya pakai				
16	Saya merasa pakaian saya sudah menutup aurat				
17	Saya memeriksa secara detail terlebih dahulu barang yang akan saya beli				
18	Saya berusaha menyesuaikan diri dengan tren fashion yang ada				
19	Saya tidak membeli barang yang tidak saya butuhkan meskipun diskon				
20	Saya memilih berpakaian yang nyaman				

	meskipun tidak up to date				
21	Saya membeli barang yang sedang tren meskipun tidak cocok dengan saya				
22	Saya menghabiskan uang tabungan saya untuk membeli barang yang saya sukai				
23	Saya memilih menggunakan pakaian yang nyaman menurut saya meskipun tidak disukai orang				
24	Saya akan membeli produk yang ketika di pajang ( <i>display</i> ) terlihat sangat menarik				
25	Saya berbelanja ketika saya <i>bad mood</i> (suasana hati buruk)				
26	Saya tidak mengikuti tren fashion yang tidak sesuai dengan karakter saya				
27	Saya membeli barang tanpa mempertimbangkan kegunaan produk				

## SKALA PENELITIAN 2

Nama :  
 Usia :  
 Fakultas/Jurusan :  
 Semester :

### Petunjuk Pengisian

Dengan hormat,

Ditengah kesibukan saudara saat ini, perkenankan kami memohon bantuan saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi skala yang kami lampirkan berikut. Bacalah dengan seksama setiap pernyataan berikut dan pilihlah salah satu alternative jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara dengan memberi tanda check list (√) pada kolom yang tersedia.

**SS** : Sangat Sesuai, **S** : Sesuai, **TS** : Tidak Sesuai, **STS** : Sangat Tidak Sesuai

no	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya membeli pakaian sesuai dengan tren yang ada				
2	Saya beranggapan bahwa mengikuti tren yang ada sangatlah penting dalam kehidupan sosial				
3	Saya bisa menyesuaikan fashion dengan kegiatan yang saya lakukan				
4	Saya berusaha menyesuaikan fashion saya dengan tren yang ada				

5	Fashion yang saya pilih sesuai dengan kepribadian saya				
6	Fashion merupakan bagian dari diri saya				
7	Fashion yang saya gunakan membuat saya lebih percaya diri				
8	Saya menirukan fashion idola saya				
9	Saya hanya membeli produk fashion yang nyaman saat saya gunakan				
10	Saya menggunakan fashion yang bagus menurut orang lain meskipun saya tidak nyaman				
11	Saya hanya membeli barang ketika membutuhkan				
12	Ketika membeli barang yang saya butuhkan, saya memilih yang sesuai dengan tren				
13	Saya merasa kurang percaya diri ketika memakai produk yang tidak bermerek / kw				
14	Saya menggunjing penampilan teman saya yang terlihat kuno				
15	Saya menerima kritikan dari teman saya sebagai masukan				
16	Saya memastikan terlebih dahulu barang yang saya beli berkualitas baik				
17	Saya menyesal ketika membeli beberapa barang tanpa berpikir panjang				
18	Saya membeli barang yang sedang tren meskipun tidak cocok dengan saya				
19	Saya lebih suka berbelanja sendiri agar lebih cepat				

20	Saya membolos kuliah demi memburu diskon				
21	Saya menghabiskan banyak waktu untuk memilih barang yang saya inginkan				
22	Saya meminta saran dari teman ketika membeli pakaian				
23	Saya suka meniru fashion idola saya				
24	Saya bisa memilih sendiri fashion yang cocok dengan saya				
25	Saya tertarik mencaritahu barang-barang yang sedang tren				
26	Saya mencaritahu kualitas produk yang akan saya beli				
27	Saya langsung membeli tanpa memeriksa produk terlebih dahulu untuk mempersingkat waktu berbelanja				

## Skor Hasil Penelitian

### Variabel *Self Control*

No	Nama	Usia	No Aitem valid																				Skor Total	
			1	2	3	4	5	7	8	9	11	12	14	15	16	17	19	20	21	23	25	26		27
1	Hadiyana chanifa sari	22	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	59
2	Ade Irma Suryani	21	2	2	2	2	1	3	3	3	3	2	2	1	3	4	2	4	3	4	2	3	1	52
3	Arini	22	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	3	3	63
4	Islakhiyah	23	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	1	4	4	65
5	Ayu	20	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	65
6	Yiyin	21	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	63
7	Aisyah puspita suta	21	3	3	2	4	1	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	4	2	4	2	4	3	64
8	Nisa	21	3	3	1	4	3	4	1	2	3	3	1	1	3	3	3	4	3	4	2	3	3	57
9	Putri Utami	21	4	2	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	76
10	iis	21	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	1	4	4	65
11	Farah S	22	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	2	54

12	Rizka	21	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	4	65
13	April	21	2	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	62
14	Ika Novita Andriani	22	2	2	4	3	3	3	2	2	3	4	3	1	3	3	3	4	4	3	4	4	3	63
15	Laili Kurniawati	21	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	56
16	Izza	22	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	58
17	rahma	21	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
18	Hilma	21	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	62
19	lilin k.	22	2	2	3	3	4	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	55
20	melia himma	22	2	2	2	3	2	4	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	4	3	56
21	annisa	21	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	3	66
22	anggi	21	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
23	Naila	22	4	2	4	4	4	3	1	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	71
24	Rina	21	2	1	1	2	3	3	2	3	4	4	3	1	4	4	4	4	3	3	3	4	1	59
25	fatia	21	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	55
26	vika	22	3	2	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	1	61
27	Silvia junaida	21	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	52

28	syarifa vevy	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	4	3	3	3	63	
29	Vivi	21	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	62
30	Zulfina	22	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	58	
31	Silvya	22	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	4	4	3	4	4	3	3	64	
32	Mira	21	2	2	1	3	3	2	3	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	52	
33	Fika A	22	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	57	
34	Maharani	22	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63	
35	Aa	22	2	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	65	
36	Elokmp	21	4	4	1	4	2	2	4	3	4	4	3	1	3	3	3	3	4	3	2	4	4	65	
37	Anis	21	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	65	
38	Dewi RM	22	4	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	60	
39	Sinta	22	2	2	3	4	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	56	
40	Khulaifatur Rifki	21	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	66	
41	Faiqotul Himma	21	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	60	
42	Rima	22	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	56	
43	rita nurul	21	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	60	

44	Ani maulida	22	4	4	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
45	Maria Ulfa	21	3	4	2	4	4	4	3	4	2	3	2	4	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	69
46	Aida Dian Nirmala	21	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	63
47	Kurnia prika	22	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
48	Aini	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
49	NUR KARIMA	20	4	4	3	4	1	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	74
50	Elina	20	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	67
51	TITIM	21	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	52
52	Zakia	21	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	1	3	3	3	56
53	Busaroh waji	22	4	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	57
54	Ira Jam'iyatul	21	4	2	2	3	2	2	2	2	3	4	3	1	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	59
55	Dini Nisa P	21	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	4	1	3	3	3	62
56	Siti R	22	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
57	iftitah zakiyah	22	2	2	1	2	2	3	3	3	3	4	2	1	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	55
58	Afi	21	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	58
59	Ryandha	21	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	70

60	Fia	22	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3	62	
61	Dwi	21	2	2	3	3	3	3	3	1	4	4	3	1	3	4	2	4	3	4	3	4	4	63
62	Yuliani	22	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	2	4	2	3	4	3	4	4	4	4	2	68
63	Jie Yan	20	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	62
64	Pingki rahmatika	20	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	65
65	Anisa' Hilmi Zahiroh	20	2	2	1	4	2	3	4	2	4	4	3	4	2	2	3	4	2	1	3	3	2	57
66	Bella Diana Putri	20	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	71
67	Fitriah Meilani	20	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	78
68	Lucky Fatmala Dewi	20	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	57
69	Nimas Hikmatul	22	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	58
70	Umara	21	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	79
71	Hani	21	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	1	1	3	3	4	4	4	3	3	4	3	61
72	Nafisatul Alawiyah	21	4	4	2	2	3	2	3	2	3	3	3	1	2	4	3	4	4	3	2	3	4	61
73	Roikhatul habibah	21	4	3	2	4	3	3	2	2	4	4	2	2	3	3	2	4	1	3	4	4	4	63
74	Alya tiya	21	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
75	Arifatul	22	4	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	4	3	3	3	2	4	3	4	61



92	Lis angelina	22	2	2	3	4	3	3	2	2	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	56	
93	Febriani Cahya	22	4	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	2	3	3	4	3	4	2	2	3	4	66
94	choirunnisa	22	3	2	1	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	73
95	Intan Nabila	21	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	60
96	Durrotun Nafisah	21	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	53
97	Ani	21	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	65
98	Kiky	22	4	3	3	2	2	2	2	3	2	4	3	2	2	4	2	3	3	2	1	3	1	53
99	Himami silviana putri	22	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	54
100	Maimunah	22	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	1	4	3	3	3	3	3	2	3	2	50
101	Siti muhimatur	21	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	74
102	Aisyah	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
103	Zakiya	21	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	69
104	Ratu bilqis	22	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	56
105	WAHYU	22	4	2	3	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	71
106	Nisa	21	4	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65
107	Izzah Ummi Bariroh	20	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	61

108	Desyana fana	21	4	2	1	4	4	2	4	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	1	4	1	66
109	Muhammad Rizky	21	4	2	2	2	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	68
110	Ulfatul Chasanah	21	3	3	4	4	3	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	76
111	Tri Adinda Fawzia	22	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	65
112	Zakia	21	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	4	4	1	3	3	56
113	Nita	22	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
114	Dina Aulia	21	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	57
115	Kiky	21	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	1	4	4	65
116	Risma M	22	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	65
117	Dwi Nursita	20	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	63
118	Anggi	21	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	61
119	Gita	21	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
120	Syafa	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
121	Farah Aulannisa	22	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	68
122	nur hidayatun	21	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	63
123	anis	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	62

124	Lina S	21	2	2	2	2	3	3	2	1	3	1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	51	
125	Ainun N	22	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
126	Farah	21	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64
127	ulya maisyaroh	22	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	55
128	siska dwi	22	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
129	Rika	21	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	57
130	Anggita	21	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	59
131	Siska	22	3	2	1	2	2	3	3	2	4	3	3	1	3	3	2	3	3	3	1	3	2	52	
132	Nadiya	21	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3	3	4	3	63	
133	Anifa NR	21	3	4	2	4	4	4	3	4	2	3	2	4	4	2	4	3	3	3	4	4	3	69	
134	Novia	22	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	60
135	Adelia	22	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	62	
136	Ica	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
137	Affy R	21	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	62
138	Ita	21	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	55	
139	Ranti S	21	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60

140	Alvi	22	3	3	2	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	57
141	Agustya	22	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	59
142	Miftachul	21	4	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	1	3	4	4	2	4	2	3	3	4	67
143	Fitria Nur	22	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	61
144	Suci Nadiya	21	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
145	Ratih SW	21	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	52
146	Latifatur R	21	4	3	2	2	2	3	2	2	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	63
147	Khoirun Nisa	21	3	2	4	3	3	2	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	71
148	Ifa	20	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	1	2	3	2	3	3	3	1	3	2	50



## Skor Hasil Penelitian

### Variabel *Fashion Involvement*

No	Nama	Usia	No Aitem															Skor Total
			3	5	6	7	9	10	11	15	16	18	20	23	24	26	27	
1	Hadiyana chanifa sari	22	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	44
2	Ade Irma Suryani	21	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	50
3	Arini	22	3	4	2	3	4	4	3	3	2	3	4	3	4	2	2	46
4	Islakhiyah	23	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	52
5	Ayu	20	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
6	Yiyin	21	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
7	Aisyah puspita suta	21	1	2	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	42
8	Nisa	21	4	4	3	4	4	2	4	2	4	3	4	2	4	3	3	50
9	Putri Utami	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	57
10	Iis	21	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	52
11	Farah S	22	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	45

12	Rizka	21	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	50
13	April	21	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	47
14	Ika Novita Andriani	22	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	4	3	52
15	Laili Kurniawati	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
16	Izza	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
17	Rahma	21	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	43
18	Hilma	21	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	45
19	lilin k.	22	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	46
20	melia himma	22	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	2	2	2	3	3	40
21	Annisa	21	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	45
22	Anggi	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
23	Naila	22	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	54
24	Rina	21	3	4	4	4	4	4	1	3	4	3	4	3	3	4	2	50
25	Fatia	21	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41
26	Vika	22	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	44
27	Silvia junaida	21	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	37

28	syarifa vevy	21	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	47
29	Vivi	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	45
30	Zulfina	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
31	Silvya	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	47
32	Mira	21	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	45
33	Fikria	22	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	39
34	Maharani	22	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	47
35	Aa	22	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	55
36	Elokmp	21	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	2	2	3	4	51
37	Anis	21	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	50
38	Dewi RM	22	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	42
39	Sinta	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46
40	Khulaifatur Rifki	21	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	48
41	Faiqotul Himma	21	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	43
42	Rima	22	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	43
43	rita nurul	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46

44	Ani maulida	22	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	45
45	Maria Ulfa	21	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	3	42
46	Aida Dian Nirmala	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46
47	Kurnia prika	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46
48	Aini	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
49	NUR KARIMA	20	4	4	4	4	4	1	3	2	4	3	3	1	4	4	1	46
50	Elina	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	46
51	TITIM	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
52	Zakia	21	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	45
53	Busaroh waji	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
54	Ira Jam'iyatul	21	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	54
55	Dini Nisa P	21	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	51
56	Siti R	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46
57	iftitah zakiyah	22	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	4	3	54
58	Afi	21	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
59	Ryandha	21	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	56

60	Fia	22	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	49
61	Dwi	21	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	56
62	Yuliani	22	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	1	4	4	3	51
63	Jie Yan	20	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	50
64	Pingki rahmatika	20	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	54
65	Anisa' Hilmi Zahiroh	20	2	4	1	4	3	2	3	2	2	2	2	1	4	1	1	34
66	Bella Diana Putri	20	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	56
67	Fitriah Meilani	20	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	57
68	Lucky Fatmala Dewi	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	46
69	Nimas Hikmatul	22	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	45
70	Umara	21	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	2	49
71	Hani	21	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	2	49
72	Nafisatul Alawiyah	21	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	51
73	Roikhatul habibah	21	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	50
74	Alya tiya	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
75	Arifatul	22	2	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	46

76	Umi Madinatul Munawaroh	23	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	4	51
77	Hilda	22	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	45
78	Yasta	23	2	3	1	4	3	4	3	2	2	4	4	1	3	1	2	39
79	Nadya	22	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	50
80	Ita	23	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	2	48
81	Hilma	22	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	49
82	Riris	21	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	47
83	Miftahul Jannah	23	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	45
84	Faiq	22	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	53
85	Aimmatus	21	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	47
86	Ifa	21	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	47
87	Yeni	21	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	44
88	Auliyak	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46
89	Nurfiana	21	3	3	4	3	3	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	46
90	Ririn Maghfiroh	22	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	52
91	Alma Waddatur	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46

92	Lis angelina	22	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	41
93	Febriani Cahya	22	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	53
94	choirunnisa	22	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	55
95	Intan Nabila	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
96	Durrotun Nafisah	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	44
97	Ani	21	2	3	1	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	45
98	Kiky	22	4	4	3	3	3	2	3	3	1	1	1	2	2	1	2	36
99	Himami silviana putri	22	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	46
100	Maimunah	22	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	50
101	Siti muhimatur	21	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	52
102	Aisyah	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	41
103	zakiya	21	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	50
104	Ratu bilqis	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46
105	WAHYU	22	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	44
106	Nisa	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	47
107	Izzah Ummi Bariroh	20	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	45

108	Desyana fana	21	4	4	4	4	4	1	3	2	4	3	3	4	4	4	2	50
109	Muhammad Rizky	21	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	3	2	3	47
110	Ulfatul Chasanah	21	4	4	1	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	55
111	Tri Adinda Fawzia	22	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	49
112	Zakia	21	3	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	45
113	Nita	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44
114	Dina Aulia	21	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	42
115	Kiky	21	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	52
116	Risma M	22	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
117	Dwi Nursita	20	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	49
118	Anggi	21	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	44
119	Gita	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	44
120	syafa	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	44
121	Farah Aulannisa	22	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	46
122	nur hidayatun	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	48
123	anis	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	46

124	Lina S	21	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	43
125	Ainun N	22	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	48
126	Farah	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
127	ulya maisyaroh	22	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	42
128	siska dwi	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	46
129	Rika	21	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	45
130	Anggita	21	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	48
131	Siska	22	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	45
132	Nadiya	21	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	54
133	Anifa NR	21	2	3	1	4	3	4	3	2	2	4	4	1	3	1	39
134	Novia	22	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	50
135	Adelia	22	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	50
136	Ica	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
137	Affy R	21	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	45
138	Ita	21	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	42
139	Ranti S	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	46

140	Alvi	22	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	45
141	Agustya	22	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	48
142	Miftachul	21	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	50
143	Fitria Nur	22	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	44
144	Suci Nadiya	21	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	47
145	Ratih SW	21	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	46
146	Latifatur R	21	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	51
147	Khoirun Nisa	21	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	55
148	Ifa	20	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	45



**HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**  
**SKALA *SELF CONTROL***

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	148	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	148	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,783	21

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
a1	58,70	30,156	,392	,771
a2	59,10	30,527	,352	,773
a3	59,16	30,568	,313	,776
a4	58,69	29,944	,515	,764
a5	58,80	31,741	,228	,781
a7	58,80	31,523	,254	,779
a8	58,94	30,330	,378	,772
a9	58,89	29,811	,475	,765
a11	58,51	31,843	,255	,779
a12	58,59	31,739	,220	,781
a14	58,86	30,626	,369	,772
a15	59,37	29,786	,339	,776
a16	58,60	31,942	,295	,777
a17	58,52	32,278	,166	,784
a19	58,71	28,861	,620	,756
a20	58,40	31,915	,273	,778
a21	58,44	30,942	,384	,772
a23	58,62	31,978	,226	,780
a25	58,75	31,536	,191	,785
a26	58,51	31,245	,357	,774
a27	58,68	29,347	,508	,763

**HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS**  
**SKALA *FASHION INVOLVEMENT***

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	148	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	148	100,0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,782	15

## Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
b3	43,93	16,001	,432	,767
b5	43,73	16,076	,442	,766
b6	44,10	15,792	,315	,778
b7	43,68	16,191	,398	,769
b9	43,72	15,508	,508	,760
b10	43,79	15,554	,413	,767
b11	43,86	16,191	,340	,773
b15	43,89	16,619	,275	,778
b16	43,80	15,210	,627	,751
b18	43,76	15,968	,427	,767
b20	43,30	15,993	,377	,770
b23	43,98	16,074	,234	,787
b24	43,90	16,650	,246	,780
b26	43,91	15,169	,501	,759
b27	43,91	15,651	,382	,770

## HASIL UJI ASUMSI

### VARIABEL PENELITIAN

#### A. UJI NORMALITAS

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		148
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,66344984
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,039
	Negative	-,049
Test Statistic		,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## B. UJI LINIERITAS

### Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
FashionInvolvement * SelfControl	148	100,0%	0	0,0%	148	100,0%

### Report

#### FashionInvolvement

SelfControl	Mean	N	Std. Deviation
50,00	47,5000	2	3,53553
51,00	43,0000	1	.
52,00	44,5000	6	4,23084
53,00	40,0000	2	5,65685
54,00	45,5000	2	,70711
55,00	45,0000	5	5,38516
56,00	44,1111	9	2,36878
57,00	43,9000	10	4,53260
58,00	45,0000	5	,70711
59,00	48,5714	7	3,04725
60,00	46,0000	12	2,41209
61,00	45,1875	16	2,07264

62,00	46,7857	14	2,66541
63,00	49,5833	12	3,17543
64,00	44,5000	4	2,08167
65,00	49,6154	13	3,64094
66,00	49,0000	4	3,36650
67,00	48,0000	2	2,82843
68,00	48,0000	3	2,64575
69,00	44,2000	5	5,89067
70,00	56,0000	1	.
71,00	52,2500	4	5,56028
72,00	52,0000	1	.
73,00	55,0000	1	.
74,00	49,0000	2	4,24264
76,00	55,0000	3	2,00000
78,00	57,0000	1	.
79,00	49,0000	1	.
Total	46,9459	148	4,24069

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
FashionInvolvement * SelfControl	Between Groups	(Combined)	1288,226	27	47,712	4,224	,000
		Linearity	670,700	1	670,700	59,383	,000
		Deviation from Linearity	617,526	26	23,751	2,103	,004
	Within Groups		1355,341	120	11,295		
Total			2643,568	147			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
FashionInvolvement * SelfControl	,504	,254	,698	,487

**HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA**  
**VARIABEL *SELF CONTROL* TERHADAP *FASHION INVOLVEMENT***

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Selfcontrol <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Fashioninvolvemnet

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,504 <sup>a</sup>	,254	,249	3,67597

a. Predictors: (Constant), Selfcontrol

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	670,700	1	670,700	49,634	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1972,867	146	13,513		
	Total	2643,568	147			

a. Dependent Variable: Fashioninvolvemnet

b. Predictors: (Constant), Selfcontrol

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24,246	3,236		7,492	,000
	Selfcontrol	,368	,052	,504	7,045	,000

a. Dependent Variable: Fashioninvolvemnet