

**HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DAN KOMFORMITAS TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PADA PEDAGANG WANITA  
DI PASAR WISATA SONGGORITI**

**SKRIPSI**



Oleh:

**Ria Vinola Ivani Safitri**

**NIM. 16410131**

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

**2020**

**HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DAN KOMFORMITAS TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PADA PEDAGANG WANITA  
DI PASAR WISATA SONGGORITI**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh  
Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh :

**Ria Vinola Ivani Safitri**

**NIM. 16410131**

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

**2020**

HALAMAN PERSETUJUAN

HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DAN KOMFORMITAS  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PEDAGANG  
WANITA DI PASAR WISATA SONGGORITI

SKRIPSI

Oleh

Ria Vinola Ivani Safitri

NIM. 16410131

Telah disetujui oleh,  
Dosen Pembimbing Skripsi



Dr. Iin Tri Rahayu, M.Si.Psi

NIP. 19750514 200003 2 003

Mengetahui,

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Siti Mahmudah

NIP. 19671029 199403 2001

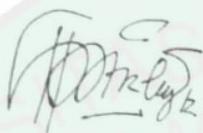
**HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DAN KOMFORMITAS  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PEDAGANG  
WANITA DI PASAR WISATA SONGGORITI**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 20 Mei 2020

Susunan Dewan Penguji

**Dosen Pembimbing**



**Dr. Iin Tri Rahayu, M.Si.Psi**

**NIP. 197207181999032001**

**Anggota Penguji Lain**

**Ketua Penguji**



**Dr. Siti Mahmudah**

**NIP. 19671029 1994032001**

**Penguji Utama**



**Dr. M. Mahpur, M.Si**

**NIP. 197605052005012003**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Tanggal, 20 Mei 2020

Mengesahkan

**Dekan Fakultas Psikologi**

**UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



**Dr. Siti Mahmudah**

**NIP. 19671029 199403 2001**

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ria Vinola Ivani Safitri

NIM :16410131

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "**Hubungan Antara Citra Diri dan Komformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pedagang Wanita di Pasar Wisata Songgoriti**", adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumber. Jika dikemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapat sanksi.

Malang, 20 mei, 2020

Penulis,



Ria Vinola Ivani Safitri

NIM. 16410131

## MOTTO

*Tidak ada hal apapun di dunia ini yang lebih berharga dari pertemnana sejati*

(thomas Aquinas)

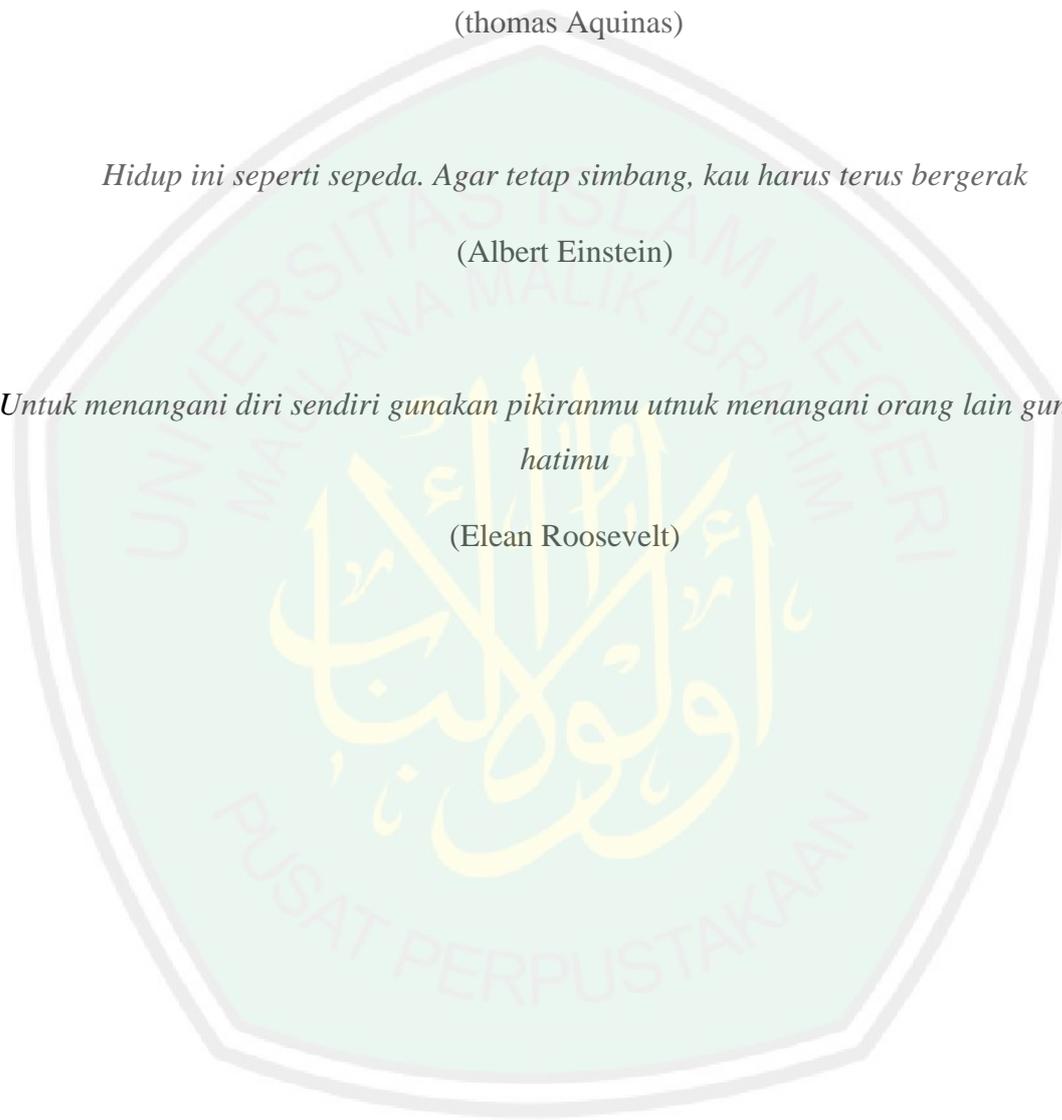
*Hidup ini seperti sepeda. Agar tetap simbang, kau harus terus bergerak*

(Albert Einstein)

*Untuk menangani diri sendiri gunakan pikiranmu utnuk menangani orang lain gunakan*

*hatimu*

(Elean Roosevelt)



## PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk :

Ayahanda Rahman Safi'i, ibunda Rumanah, serta sahabat yang selalu memberikan motivasi, dorongan, kekuatan, yang sangat berarti bagi penulis untuk dapat menyelesaikan karya ini.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat mendapatkan gelas sarjana Psikologi Program Pendidikan Strata 1 Psikologi dengan judul “Hubungan antara Citra Diri dan Komformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Pedagang Wanita di Pasar Wisata Songgoriti”.

Penulis menyadari bahwa dengan terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dorongan, cinta dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu ijinkan penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag, selaku rektor Universitas Islam Negeri Maulana Maliki Ibrahim Malang.
2. Dr. Siti Mahmudah, M.Si, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Iin Tri Rahayu, M.Si, Psikolog selaku dosen pembimbing utama yang tak pernah bosan memberikan bimbingan, ilmu, pengarahan, saran, serta pengalaman yang sangat berharga dan bermanfaat bagi penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Rifa Hidayah, M.Si selaku dosen wali yang selalu meberikan motivasi, support dan dorongan yang membangun dari awal kuliah sampai akhir.
5. Bapak Agus Iqbal Hawabi, M.Psi, Psikolog yang bersedia memberikan skor dan penilaian dalam instrumen penelitian.
6. Ibu Aprillia Mega Rosdiana, M.Si dan ibu Novia Solichah, M.Psi, Psikolog yang bersedia memberikan skor dan penilaian dalam instrumen penelitian.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Psikologi yang telah banyak memberikan ilmu, motivasi, pengalaman yang tak ternilai selama kuliah.
8. Ayah dan Ibu tercinta yang telah memberikan seluruh kasih sayang, perhatian, finansial, dukungan dan tak lupa doa yang tiada henti-hentinya engkau berikan kepada penulis.
9. Teman-temanku selama kuliah Ifa, Lia, Nasya, tuhfa, Faticha, Yetfhi, dan Dara terima kasih atas sayang, dukungan, canda tawa, perhatian, dan persahabatan yang terjalin selama ini kalian selalu mempunyai cerita dan tempat masing-masing dalam pikiran saya.

10. Sahabat terbaik ku Fani, Tita, Elsa kalian selalu meberikan energi positif bagi saya dan sekitar.
11. Pedagang Wanita di Pasar Wisata Songgoriti yang telah meluangkan waktu untuk bantuan dan kerjasamanya.
12. Pak didik selaku pengurus Pasar Wisata Songgoriti yang te;ah bersedia memberikan saya data guna menyelesaikan tugas akhir.

Penulis menyadari skripsi ini jauh dari kata sempurna, dengan tangan terbuka, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, baik bagi penulis maupun pembaca pada umumnya.

Malang, April 2020

Penulis

Ria Vinola I.S

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN.....	iii
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
ABSTRAK .....	xv
ABSTRAC .....	xvi
مجردة .....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah .....	10
C. Tujuan.....	10
D. Manfaat.....	10
BAB II.....	11
KAJIAN TEORI .....	11
A. Perilaku Konsumtif.....	11
1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	11
2. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif .....	12
3. Ciri – Ciri Perilaku Konsumtif.....	14
4. Dimensi Perilaku Konsumtif.....	15
5. Kajian Islam tentang Perilaku Konsumtif.....	16
B. Citra Diri.....	16
1. Pengertian Citra Diri .....	16
2. Dimensi Citra Diri.....	17
3. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Citra Diri .....	18
4. Citra Diri positif dan Citra Diri Negatif .....	19
5. Kajian Islam Citra Diri .....	19
C. Komformitas.....	20
1. Pengertian Komformitas .....	20

2.	Dimensi Komformitas.....	21
3.	Jenis-jenis konformitas.....	21
4.	Faktor –faktor yang mempengaruhi Konformitas .....	22
5.	Kajian Islam tentang Komformitas.....	25
D.	Hubungan Antara Citra Diri dan Komformitas terhadap Perilaku Konsumtif.....	26
E.	Hipotesis.....	28
F.	Kerangka pemikiran.....	29
<b>BAB III.....</b>		<b>30</b>
<b>METODE PENELITIAN .....</b>		<b>30</b>
A.	Pendekatan Penelitian .....	30
B.	Variabel Penelitian.....	30
<b>Bagan 2 Desain Penelitian Korelasi.....</b>		<b>32</b>
C.	Definisi operasional variabel penelitian .....	32
D.	Subjek Penelitian .....	33
E.	Populasi dan Sampel.....	34
F.	Metode Analisis Data .....	38
1.	Instrumen penelitian.....	38
2.	Analisis data penelitian.....	42
<b>BAB IV.....</b>		<b>43</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>43</b>
A.	Persiapan Penelitian .....	43
1.	Deskripsi lokasi penelitian.....	43
2.	Persiapan alat ukur.....	46
3.	Pelaksanaan pengujian validitas isi.....	49
4.	Perhitungan Uji Validitas Isi .....	49
5.	Pelaksanaan uji coba .....	51
6.	Perhitungan Validitas dan Reliabilitas .....	51
7.	Penyusunan alat ukur untuk penelitian dengan nomor urut baru .....	55
B.	Pelaksanaan Penelitian .....	57
1.	Penentuan Subjek Penelitian .....	57
2.	Pengumpulan data .....	58
3.	Pelaksanaan skoring .....	58
C.	Analisis Data.....	59
1.	Hasil uji asumsi .....	59
2.	hasil Uji Hipotesis .....	62
3.	hasil analisis deskriptif .....	64

D. Pembahasan.....	68
<b>BAB V</b> .....	73
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	73
A. Kesimpulan.....	73
B. Saran .....	74
C. Keterbatasan Penelitian .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	76
<b>LAMPIRAN</b> .....	83



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Panduan skoring.....	36
Tabel 2. Distribusi Item Skala Perilaku konsumtif.....	36
Tabel 3. Skala citra diri.....	37
Tabel 4. Skala komformitas.....	38
Tabel 5. Format penilaian.....	40
Tabel 6. Distribusi skala perilaku konsumtif.....	46
Tabel 7. Distribusi skala citra diri.....	47
Tabel 8. Distribusi skala komformitas.....	48
Tabel 9. Hasil uji validitas isi skala perilaku konsumtif.....	50
Tabel 10 Hasil uji validitas isi skala citra diri.....	50
Tabel 11 Hasil uji validitas isi skala komformitas.....	50
Tabel 12 Hasil uji validitas aitem dan reliabilitas skala perilaku konsumtif.....	52
Tabel 13 Distribusi item sah dan item gugur skala perilaku konsumtif setelah uji coba.....	52
Tabel 14 Hasil uji validitas dan reliabilitas skala citra diri.....	53
Tabel 15 Distribusi item sah dan item gugur skala citra diri setelah uji coba.....	53
Tabel 16 Hasil uji validitas dan reliabilitas skala komformitas.....	54
Tabel 17 Distribusi item sah dan item gugur skala komformitas setelah uji coba.....	55
Tabel 18 Distribusi item skala perilaku konsumtif setelah uji coba.....	55
Tabel 19 Distribusi item skala citra diri setelah uji coba.....	56
Tabel 20 Distribusi item komformitas setelah uji coba.....	57
Tabel 21 Distribusi skor skala.....	58
Tabel 22 Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 23 Hasil Uji Linieritas.....	60
Tabel 24 Hasil Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 25 Hasil Uji Autokorelasi.....	61
Tabel 26. Hasil Uji Heteroskadistisitas.....	62
Tabel 27 Korelasi Variabel Bebas dengan Varibel Tergantung.....	63
Tabel 28 Kriteria kategori skala perilaku konsumtif dan distribusi skor subjek.....	64
Tabel 29 Kriteria kategori skala citra diri dan distribusi skor subjek.....	65
Tabel 30 Kriteria kategori skala citra diri dan distribusi skor subjek.....	66

## DAFTAR GAMBAR

Bagan 1 .....	29
Bagan 2 .....	32



## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	81
A. SKALA PENELITIAN DAN PENILAIAN VALIDITAS ISI.....	814
B. SKALA PENELITIAN SEBELUM UJI.....	102
1. Skala Perilaku Konsumtif .....	103
2. Skala Komformitas .....	106
3. Skala Harga Diri .....	108
LAMPIRAN B. SKALA PENELITIAN SETELAH UJI COBA .....	111
1. Skala Perilaku Konsumtif.....	113
2. Skala Citra Diri.....	115
3. Skala Komformitas.....	116
LAMPIRAN C. DATA UJI COBA SKALA PENELITIAN.....	117
1. Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif.....	118
2. Data Uji Coba Skala Citra Diri.....	123
3. Data Uji Coba Skala Komformitas.....	126
LAMPIRAN D. UJI VALIDITAS ITEM DAN RELIABILITAS SKALA PENELITIAN.....	129
1. Uji Validitas Item dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif.....	130
2. Uji Validitas Item dan Reliabilitas Skala Citra Diri.....	135
3. Uji Validitas Item dan Reliabilitas Skala Komformitas.....	140
LAMPIRAN E. DATA PENELITIAN.....	145
1. Data Skala Perilaku Konsumtif.....	146
2. Data Skala Citra Diri.....	151
3. Data Skala Komformitas.....	154
LAMPIRAN F. ANALISIS DATA PENELITIAN.....	157
1. Hasil Uji Asumsi.....	158
2. Uji Hipotesis.....	159
3. Hasil Analisa Deskriptif.....	160

**HUBUNGAN ANTARA CITRA DIRI DAN KOMFORMITAS TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF PADA PEDAGANG WANITA  
DI PASAR WISATA SONGGORITI**

**Ria Vinola Ivani Safitri**

**Universitas Islam Negeri Maulana Maliki Ibrahim Malang**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Perilaku konsumtif pada wanita tidak terlepas dari keinginan untuk menunjang penampilan fisik yang dapat menunjukkan citra dirinya serta pengaruh dari kelompok lingkungannya. Selain itu, wanita sering membeli sesuatu yang memiliki arti simbolik yang dapat meningkatkan citra dirinya. Hal inilah yang mendorong wanita berperilaku konsumtif.

Subjek dalam penelitian ini adalah Pedagang Wanita di Pasar Wisata Songgoriti. Sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Dimana berdasarkan *purposive sampling* yaitu kriteria wanita berprofesi sebagai pedagang dengan sampel yang diteliti sejumlah 97 orang. Data penelitian dikumpulkan dengan Skala Perilaku Konsumtif, Skala Citra Diri, dan Skala Komformitas. Skala Perilaku Konsumtif terdiri dari 25 item valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,984. Skala Citra Diri dari 15 item valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,976. Skala Komformitas terdiri dari 13 item valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,982.

Analisis data menggunakan teknik analisis korelasi berganda (*Statistic Parametric Multiple Correlation*), diperoleh *p-value*  $0,00 < 0,05$  dan  $F_{hitung}$  sebesar  $17,710 > F_{tabel}$  3,09 serta R sebesar 0,523. Hal ini menunjukkan bahwa citra diri dan komformitas dapat digunakan sebagai prediktor untuk memprediksi atau mengukur perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Tingkat signifikansi 0,00 ( $p < 0,05$ ) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara citra diri dan komformitas dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Analisis data menunjukkan bahwa nilai  $R^2$  (R Square) sebesar 0,274. Artinya, citra diri dan komformitas memberi sumbangan sebesar 27,4% terhadap perilaku konsumtif.

**Kata Kunci :** Citra Diri, Komformitas, Perilaku Konsumtif

**THE CORRELATION BETWEEN SELF IMAGE AND CONFORMITY TO  
CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN FEMALE TRADERS  
IN THE SONGGORITI TOURISM MARKET**

**Ria Vinola Ivani Safitri**

**Universitas Islam Negeri Maulana Maliki Ibrahim Malang**

**ABSTRAC**

The objective of this study is to know the correlation between self-image and conformity to consumptive behavior in female traders. Consumptive behavior in women is inseparable from the desire to support physical appearance that can show their self-image and the influence of their environmental groups. In addition, women often buy things that have symbolic meaning that can enhance their self-image. This is what drives women to consumptive behavior.

The subjects of this research were Women Traders in the Songgoriti Tourism Market. The sample in this study was purposive sampling. Where based on purposive sampling the criteria for women living as traders with a sample of 97 people were studied. The research data were collected using the Consumptive Behavior Scale, Self-Image Scale and Performance Scale. The Consumptive Behavior Scale consists of 25 valid items with a reliability coefficient of 0.984. The Self Image Scale of 15 items is valid with a reliability coefficient of 0.976. The Performance Scale consists of 13 valid items with a reliability coefficient of 0.982.

The analysis of the data using multiple correlation analysis techniques (*Statistic Parametric Multiple Correlation*). It is obtained p-value  $0.00 < 0.05$  and  $F_{\text{calculate}}$  of 17.710  $> F_{\text{table}}$  of 3.09 and R of 0.523. This shows that self-image and conformity can be used as predictors to predict or measure consumptive behavior in women traders. The significance level of 0.00 ( $p < 0.05$ ) indicates that there is a significant relationship between self-image and conformity with consumptive behavior in female traders. The analysis of the data showed that the value of  $R^2$  (R Square) was 0.274. it means that, in this research, self-image and conformity give contribute 27.4% to consumptive behavior.

**Keyword :** Self Inage, Conformity, Consumptive Behavior

## العلاقة بين الصورة الذاتية والسلع ضد السلوك الاستهلاكي

لدى التجار النساء في سوق جولة

سونغوريتي

ريا فينولا إيفاني صافترى

جامعة مولانا المالكي إبراهيم الدولة الإسلامية في مالانغ

مجردة

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة بين الصورة الذاتية والامتثال للسلوك الاستهلاكي بين التجار الإناث. لا يمكن فصل السلوك الاستهلاكي لدى النساء عن الرغبة في دعم المظهر الجسدي الذي يمكن أن يظهر صورتهم الذاتية وتأثير مجموعاتهم البيئية. بالإضافة إلى ذلك ، غالبًا ما تشتري النساء أشياء ذات معنى رمزي يمكن أن يعزز صورتهم الذاتية. هذا ما يدفع النساء إلى السلوك الاستهلاكي.

الموضوعات في هذه الدراسة كانت النساء التجار في سوق سونغوريتي للسياحة. كانت العينة في هذه الدراسة أخذ عينات هادفة. حيث استناداً إلى أخذ عينات هادفة تمت دراسة معايير النساء اللواتي يعشن كتجار مع عينة من 97 شخصاً. تم جمع بيانات البحث باستخدام مقياس السلوك الاستهلاكي ، مقياس الصورة الذاتية ومقياس الأداء. يتكون مقياس السلوك الاستهلاكي من 25 عنصراً صالحاً مع معامل موثوقية 0.984. مقياس الصورة الذاتية من 15 عنصراً صالحاً مع معامل موثوقية 0.976. يتكون مقياس الأداء من 13 عنصراً صالحاً بمعامل موثوقية يبلغ 0.98

تحليل البيانات باستخدام تقنيات تحليل الانحدار المتعددة (إحصائي متعدد الانحدار المتعدد) ، تم الحصول على القيمة  $0,05 < 0,00$  ص و العدد من  $17,710 <$  و الجدول 3,09 و ص من 0.523. يوضح هذا أنه يمكن استخدام الصورة الذاتية والامتثال كمتنبئات للتنبؤ بقياس السلوك الاستهلاكي أو قياسه لدى التجار من النساء. يشير مستوى الأهمية البالغ  $0,00 < (p < 0,05)$  إلى وجود علاقة مهمة بين الصورة الذاتية والتوافق مع السلوك الاستهلاكي لدى التجار الإناث. أظهر تحليل البيانات أن قيمة 2 ص (ساحة ص) كانت 0,274. أي أن الصورة الذاتية والمطابقة تساهم بنسبة 27.4٪ في السلوك الاستهلاكي.

الكلمات الرئيسية : صورة الذات ، المطابقة ، السلوك الاستهلاكي

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk yang paling sempurna yang diciptakan Tuhan dibandingkan makhluk lainnya hal ini sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Quran yang artinya : “Sesungguhnya Kami menciptakan manusia dalam bentuk yang sebaik-baiknya” (Qs. At-Tin / 95 ayat 4). Selain itu Tuhan juga menciptakan makhluknya secara berpasang-pasangan seperti manusia yaitu pria dan wanita. Wanita Menurut Amriani, Manda, dkk (2015: 59), merupakan individu yang di kenal dengan sifat lemah lembut, penyayang, anggun, cantik parasnya, sopan, serta rapi dalam berpenampilan. Kini bagi kaum hawa cantik merupakan sesuatu yang mereka idam-idamkan serta hampir semua wanita berkeinginan untuk tampil cantik dan menarik di hadapan orang lain (Khulsum, 2014).

Keinginan untuk tampil cantik serta standar kecantikan wanita sangatlah tinggi dan tidak masuk akal, data statistik *internasional society aesthetic plastic surgery* menjelaskan bahwa wanita dikatakan cantik apabila memiliki ciri-ciri fisik yang spesifik yaitu, memiliki kulit yang putih, badan kurus dan pinggang yang ramping. Hal ini yang menyebabkan wanita sering kali merasa tidak percaya diri akan tubuh mereka. Akibat adanya rasa tidak percaya diri, para wanita akan berusaha mencari cara untuk dapat meningkatkan percaya dirinya. Salah satu cara adalah dengan penggunaan barang-barang yang dianggap mampu meningkatkan rasa percaya dirinya. Selain itu wanita juga memiliki adanya kebutuhan yang kuat dalam berteman juga menjadikan wanita ingin diterima menjadi bagian dalam kelompok. Agar bisa diterima dalam kelompoknya, wanita sedapat mungkin untuk bisa sejalan atau sama dengan kelompok salah satunya dengan menggunakan barang-barang yang sama dengan kelompoknya.

Adanya keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri dan kebutuhan dalam berteman dapat mendorong wanita untuk membeli barang secara berlebihan. Selain itu Penampilan merupakan modal utama bagi mereka Sehingga wanita sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri sehingga akhirnya mendorong wanita untuk mendorong munculnya berbagai gejala dalam membeli yang berlebihan dan tidak wajar (Zebua dan Nurdjayadi, 2001). Devya (2015) menyatakan bahwa bagi produsen, wanita

merupakan salah satu target dan pasar yang sangat potensial. Alasannya yaitu wanita lebih konsumtif dari pada laki-laki serta wanita biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, serta cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat wanita inilah yang sering di manfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar wanita.

Didalam islam menjelaskan bahwa kecantikan merupakan hal yang harus diperhatikan bagi wanita sesuai dengan hadits riwayat al-Bukhari : 4700 yang artinya “seorang wanita dinikahi karena empat hal yaitu pertama karena hartanya, kedua karena keturunannya, ketiga karena kecantikannya dan terakhir karena agamanya, niscaya kamu akan beruntung.” Wanita yang cenderung memiliki keinginan untuk tampil menarik dan cantik sehingga banyak menghabiskan uangnya untuk membeli barang yang dapat menunjang penampilan mereka. Faber dan O’Guinn, dan Dittmar, (dalam Rohman dan Baidun, 2013 h: 297) menyatakan bahwa lebih dari 90% pembeli adalah wanita. Serta menurut Reynold (dalam Rosandi, 2004), wanita pada umumnya banyak membelanjakan uangnya untuk membeli suatu barang yang dapat menunjang penampilannya yaitu seperti membeli pakaian, kosmetik, sepatu dan asesoris. Saat ini kita dapat melihat para ibu-ibu di pusat perbelanjaan dengan teman seusianya dan menenteng tas yang bagus-bagus, memakai pakaian yang senada dengan temannya, berkumpul di cafe dengan mengenakan asesoris yang cantik-cantik. Menurut (Sunastiko, dan Frieda, h:3) Karena kepentingan penampilan membuat seseorang berperilaku membeli tidak sesuai dengan kebutuhan tetapi semata-mata karena hasrat keinginan yang membuat individu menjadi boros yang disebut dengan perilaku konsumtif. Membeli dalam hal ini karena adanya keinginan-keinginan seperti sekedar mengikuti arus model, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya.

Menurut fromm (1955) perilaku konsumtif adalah perilaku yang ditandai dengan adanya berlebihan dalam menggunakan segala hal yang dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik serta adanya dorongan rasa ingin memiliki barang tersebut dan memberikan kesenangan. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak terjadi di kehidupan masyarakat tidak terkecuali dikalangan manapun dan usia berapapun. Penelitian yang dilakukan oleh Faber dan O’Guinn, dan Dittmar, (dalam Rohman dan Baidun, 2013) diketahui bahwa perilaku konsumtif dapat terjadi pada siapa saja dengan tingkat pendapatan yang beragam. Seseorang dengan tingkat pendapatan yang besar, sedang, maupun rendah dapat berperilaku konsumtif. Menurut Prabu (2009) berdasarkan pendekatan konsumen wanita merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakter

seperti mudah tertarik pada *mode*, mudah terbuju iklan dan rayuan penjual, tidak hemat (boros), romantis, dan impulsif. Karakter inilah yang memudahkan para konsumen untuk menjerat wanita dalam berperilaku konsumtif sehingga mereka membeli barang yang kurang efisien. Di Indonesia Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang telah mengakar di masyarakat dan lingkungan sekitar kita. Hal ini dibuktikan dengan riset yang dilakukan oleh AC Nielsen pada tahun 2006 bahwa Indonesia menduduki peringkat kedua di Asia yang memiliki tingkat penggilan belanja terbanyak. Serta berdasarkan *survey Singapore Tourism Bords*, pengunjung Singapore Great Sale terbanyak adalah berasal dari warga Indonesia. Berdasarkan pengamatan dalam kehidupan sehari-hari terlihat banyak wanita yang berperilaku konsumtif hal ini terlihat banyak wanita yang membeli produk *fashion* dan aksesoris di pusat perbelanjaan dan toko-toko seperti baju, tas, sandal, sepatu dan sebagainya. Banyak wanita yang tak jarang membeli produk *fashion* dan barang-barang yang sama dengan teman-temannya atau bahkan membanding-bandingkan barang yang mereka miliki dengan barang-barang milik temannya untuk melihat barang siapa yang lebih *trendy*. Banyaknya toko-toko yang menyediakan berbagai macam produk *fashion* wanita, serta perkembangan teknologi dan industri sangatlah pesat, banyak sekali kemudahan-kemudahan yang didapatkan dari adanya teknologi yang sangat maju ini, salah satunya yaitu individu membeli produk *fashion* tanpa harus pergi keluar rumah turut mendorong individu untuk berperilaku konsumtif. Indonesia merupakan pengguna *facebook* dan *instagram* terbanyak ke 4 di dunia (CupuNation, 2019) tidak heran lagi jika mulai dari anak-anak, remaja sampai dewasa memiliki akun media sosial, hal tersebut membuat produsen lebih mudah menawarkan produk produknya, para iklan-iklan pakaian, tas, sepatu setiap hari ditayangkan di media, karena seringkali seorang melihat barang tersebut diiklankan maka semakin kuat keinginan seseorang untuk membeli barang tersebut yang sebenarnya hanya ingin mengikuti *tren* yang belum tentu kegunaan barang tersebut sehingga seseorang berperilaku konsumtif. Berdasarkan teori stimulus-respon (dalam Prabu, 2009) bahwa jika barang-barang yang ditampilkan secara terus menerus dalam iklan, surat kabar, atau media masa lainnya maka akan memeperkuat pengenalan konsumen terhadap barang tersebut dan semakin kuat keinginan untuk memiliki barang tersebut.

Kecenderungan perilaku konsumtif pada wanita terkait dengan karakteristik psikologik tertentu yang dimiliki wanita yaitu citra diri sebagai wanita dan tingkat komformitas terhadap kelompok teman sebaya (Zebua dan Nurdjayadi, 2001). Komformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain

dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka (Santrock, 2011). Pengaruh kelompok sosial dimana individu bersosialisasi akan mengubah sikap dan tingkah laku individu agar sesuai dengan norma sosial yang disebut dengan komformitas (Sears, Freedman & Peplau, 1991). Sedangkan menurut Baron & Byrne (2005) Komformitas merupakan perubahan perilaku pada individu sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok dengan acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada individu anggota pada kelompok tersebut. Komformitas banyak dilakukan oleh wanita dibandingkan pria. Penelitian Devi (2009) menemukan bahwa wanita lebih konform terhadap kelompoknya dari pada pria. Hal ini karena keinginan wanita untuk menjaga harmonisasi mencapai persetujuan dan penerimaan sosial.

Adanya keinginan dalam individu sesuai dengan kelompok menyebabkan para wanita rela menghabiskan uang untuk membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan secara berlebihan. Seperti fakta yang dikutip dari Jawa Pos (2019) akibat keinginan tampil *trendi* dan diakui oleh teman-temannya menyebabkan seorang ibu mendekam di penjara karena mencuri uang demi membeli baju yang sedang trending seperti teman-temannya. Hal itu membuktikan bahwa wanita berperilaku konsumtif demi menjaga citra diri dan komformitas sehingga mengambil berbagai cara untuk mendapatkan barang tersebut meskipun bertindak kriminal.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ningrum (2011) tentang hubungan komformitas dan perilaku konsumtif produk pakaian distro dengan 60 responden dari siswa SMA lokal menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara perilaku konsumtif dengan komformitas. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Pertiwi (2013) tentang hubungan antara komformitas terhadap teman sebaya dengan perilaku konsumtif dalam membeli pakaian di *online shop* dengan responden yang berjumlah 123 siswa pada siswa SMA Semarang juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara komformitas terhadap teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Baidun dan Rohman (2013) tentang pengaruh citra diri dan komformitas terhadap perilaku *compulsive buying* pada remaja dengan 167 Responden remaja menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *compulsive buying*, citra diri dan komformitas. Serta penelitian yang dilakukan oleh Ika & Rifa tentang hubungan

komformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja dengan sampel sebanyak 82 remaja siswa SMA dan sederajat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara komformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Enrico (2016) dengan 270 responden menunjukkan bahwa terdapat 4 faktor yang berpengaruh terhadap perilaku konsumtif yaitu penggunaan produk dan daya beli, status sosial, kepuasan dan prestis.

Berdasarkan hasil kuesioner sebagai data awal dengan 70 responden pedagang wanita di pasar wisata songgoriti 92% mengaku mereka selalu memperhatikan penampilan yang ia kenakan dengan memakai pakaian *modes* dan *trending*, dan 8% menjawab tidak membeli produk yang hanya menunjukkan penampilan yang *modes* dan *trending*, serta wanita di pasar wisata songgoriti 78% menjawab rela mengeluarkan uang untuk mendapatkan barang meskipun dibandrol dengan harga mahal dan 22% menjawab memikirkan harga terlebih dahulu sebelum membeli produk. Para pedagang di pasar wisata songgoriti sering membeli produk tanpa terencana hal ini dibuktikan dengan 60% responden dari pedagang wanita dipasar wisata songgoriti menjawab ya bahwa membeli produk tidak direncanakan terlebih dahulu, serta 40% menjawab sebaliknya. Berdasarkan wawancara dengan salah satu responden berinisial ST, mengatakan bahwa ia pernah membeli barang lebih dari satu dengan model yang sama tetapi dengan warna yang berbeda-beda.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu subjek yang berinisial S, ia lebih senang membeli barang dengan harga yang lebih mahal meskipun dengan model, warna dan bahan yang sama, karena menurutnya dengan memakai barang yang mahal ia merasa lebih nyaman dan percaya diri. Bahkan terdapat salah satu kasus bahwa karena seringnya membeli barang bahkan hampir tiap minggu tetapi mereka tidak bisa membayar hutang sehingga individu tersebut sering dicari oleh penagih hutang. Hal tersebut sesuai dengan ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Fromm (1995) seseorang dikatakan konsumtif apabila membeli produk dengan harga yang mahal akan meningkatkan rasa percaya diri. Berdasarkan kuesioner data awal 72,5% Pedagang wanita di pasar songgoriti membeli barang yang sedang trend pada saat ini karena dengan memakai barang yang trend maka akan menarik perhatian orang lain karena dengan begitu mereka merasa senang, hal ini sesuai dengan salah satu ciri- ciri perilaku konsumtif menurut Fromm (1995) bahwa individu membeli barang hanya untuk menarik perhatian orang lain.

Fromm (1955), mengemukakan bahwa terdapat lima ciri-ciri seseorang berperilaku konsumtif yaitu, pertama membeli produk demi menjaga gengsi. Seseorang yang membeli produk hanya untuk menjaga harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibeli tersebut. Kedua membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri. Seseorang dalam membeli suatu produk hanya untuk menjaga status diri yang ada dilingkungan mereka tinggal. Ketiga membeli produk dengan harga yang mahal akan meningkatkan rasa percaya diri. Pemilihan harga yang mahal pada saat pembelian produk yang dilakukan oleh individu, karena dengan harga yang mahal dapat meningkatkan kepercayaan diri. Keempat membeli produk karena ingin meniru mode yang sedang ngetrend. Pembeli dilakukan karena banyak orang yang memiliki barang tersebut dan model tersebut sedang populer, Individu yang membeli produk yang sedang trend akan memperoleh kesenangan, kepuasan, dan kebanggaan tersendiri. Kelima untuk menarik perhatian orang lain. Seseorang dalam membeli produk hanya untuk menarik perhatian orang lain di sekitarnya.

Menurut Fromm (1955) terdapat empat aspek dalam konsumtif yaitu Melakukan Pembelian Impulsive, Pembelian impulsif yaitu pembelian yang dilakukan oleh individu yang semata-mata karena adanya hasrat atau keinginan secara tiba-tiba tanpa terencana tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut yang hanya dipengaruhi emosi semata kedua Pemborosan (*Wasteful Buying*), Yaitu seseorang membeli produk secara berlebihan yang membuat pengeluaran dana secara banyak dan tanpa disadari pembelian yang tidak dibutuhkan secara jelas. Ketiga Tidak bernilai kebutuhan (*Non Rational Buying*), yaitu Pembelian produk yang dilakukan oleh individu karena didasari adanya rasa kesenangan yang didapatkan pada saat membeli barang tersebut dengan tidak memikirkan jumlah uang yang harus dikeluarkan, hanya ingin memuaskan keinginannya. Dan keempat keingin lebih dari orang lain (*Satisfaction Seeking*) Pembelian produk dilakukan supaya selalu lebih dari orang lain, selalu ada ketidakpuasan yang diikuti rasa bersaing yang tinggi.

Perilaku konsumtif dapat terjadi pada individu karena memiliki citra diri yang rendah. Seseorang yang memiliki citra diri yang rendah akan lebih banyak berbelanja barang untuk memenuhi sesuai keinginan yang akan ditampilkan kepada orang lain sehingga individu akan bersifat konsumtif. Citra diri merupakan bagian dari konsep diri, seseorang dalam memperoleh jati diri dengan cara berusaha membentuk citra diri terlihat dalam suatu gambaran seorang individu mempersepsikan dirinya. Termasuk didalamnya bagaimana individu menampilkan diri secara fisik (Aryani,2006,h 4). Selain itu seorang individu membeli suatu produk tidak lagi sebagai kebutuhan tetapi melainkan sebagai

pemuas kebutuhan yang menjadikan simbol keberadaan mereka (Koentjoro & Fitriana, 2009)

Citra diri menurut Brown (1998) yaitu suatu keinginan yang ditampakkan yang terdapat pada pikiran individu. Citra diri meliputi tiga aspek yaitu pertama Dunia Fisik, yaitu Pengetahuan tentang dunia fisik dapat memberikan pemahaman tentang diri sendiri dimana hanya terbatas pada atribut yang tampak dimana pengetahuan tersebut bersifat subjektif. Kedua, Dunia Sosial yaitu Citra diri yang ditampakkan juga dapat diperoleh dari lingkungan sosial individu. dan ketiga Dunia Psikologis, yaitu Penilaian dari dalam diri sendiri terdapat tiga hal yang dapat mempengaruhi pemahaman akan citra diri individu. Tampil cantik dan menarik selalu menjadi perhatian bagi kaum hawa. Terlebih dengan adanya pandangan di masyarakat bahwa seorang wanita harus terlihat cantik, bersih dan wangi, maka para wanita berupaya untuk mewujudkan hal tersebut. Kecantikan bagi seorang perempuan merupakan suatu keharusan, yang membuat mereka berusaha untuk menutupi kekurangannya (Kompas, 2011). Untuk menutupi kekurangan tersebut seorang perempuan mengenakan atribut seperti sepatu, tas, pakaian, kosmetik dan lainnya yang dapat menunjang penampilan mereka. Pedagang di pasar wisata songgoriti penampilan fisik merupakan hal yang penting karena tiap hari ia bertemu dengan orang yang berbeda mereka tidak mau berpenampilan yang acak-acakan, terlihat kotor dan bau agar pembeli juga senang dan betah lama-lama di lapaknya. Sehingga kebanyakan para pedagang wisata songgoriti memiliki penampilan yang rapi dan bersih. Seperti yang dikatakan oleh subjek yang berinisial MD

“penampilan bagi saya nomer satu mbk, karena penampilan yang bagus dan *tren* dapat membuat saya lebih percaya diri, terlihat cantik, enak di pandang mbk, dan juga setiap harikan kami para pedagang bertemu dengan banyak orang masak harus berpenampilan kotor dan bau, lihat juga teman-teman saya mereka memakai pakaian yang lagi musim saat ini, biasanya kita saling memberitahu model yang sedang muncul dan barang baru yang ada di facebook masing-masing mbk”

Terdapat kasus berdasarkan wawancara yang dilakukan yaitu seseorang pedagang wanita karena sibuk ingin meningkatkan citra diri seperti membeli barang-barang trending, gaya hidup yang tinggi rela berhutang dengan bunga yang tinggi tanpa memikirkan resiko kedepannya sehingga menjadi buronan karena tidak dapat membayar hutang. Seseorang yang memiliki Citra Diri Positif jika Memiliki rasa percaya diri yang kuat, Berorientasi pada ambisi yang kuat dan mampu menentukan sasaran hidup, Terorganisir dengan baik dan efisien, Bersikap mampu, Memiliki kepribadian yang menyenangkan, Mampu

mengendalikan diri (Brown, 1998). Sedangkan orang yang memiliki Citra Diri Negatif ditunjukkan dengan Merasa rendah diri, Kurang memiliki dorongan dan semangat hidup, Lebih suka menunda waktu, Memiliki landasan yang pesimistik dan emosi negatif, Pemalu dan menyendiri, serta Hanya memiliki kepuasan sendiri (Brown, 1998).

Selain ingin meningkatkan citra diri, individu dalam menjalankan kehidupan sehari-hari mereka akan berinteraksi dengan kelompok lingkungan sekitarnya, baik lingkungan rumah, lingkungan teman bermain, maupun lingkungan pekerjaan, karena sering terjadinya interaksi maka individu akan cenderung sama seperti kelompoknya. Upaya individu agar sama dengan kelompoknya disebut dengan komformitas. Perilaku individu karena pengaruh dari komformitas yaitu seperti dalam hal pemilihan dan pembelian produk. Seseorang yang memiliki perilaku komformitas terhadap kelompok akan menyebabkan ia berperilaku konsumtif (Park & lee, 2005). Seorang individu yang memiliki pakaian yang sama dengan suatu kelompok, maka kesempatan bagi individu untuk diterima di dalam kelompok tersebut lebih besar (Hurlock 1999).

Menurut Baron & Byrne (2005), komformitas adalah perubahan sikap dan perilaku agar sesuai dengan norma yang ada dalam kelompok sosial tersebut.. Perubahan tersebut terjadi agar sesuai dengan kelompok yang menjadi acunya. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Glock (dalam sumartono, 2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif yang berlebihan sangat ditentukan oleh sikap yang mudah terpengaruh oleh kelompok referensinya. Wanita pada umumnya memiliki kelompok yang dijadikannya sebagai referensi dalam berperilaku.

Menurut Baron & Byrne menyatakan terdapat dua pembentuk komformitas yaitu pertama komformitas normatif yaitu pengaruh sosial menyebabkan perubahan perilaku untuk memenuhi harapan kelompok. Dan yang kedua yaitu komformitas informatif yaitu keinginan individu untuk merasa benar dan menjadikan kelompok sebagai sumber informasi. Menurut Carmen (dalam Hotpascaman, 2008) kedua pembentuk tersebut sangat mempengaruhi individu dalam proses konsumtif. Pada proses normatif terjadinya perilaku konsumtif karena mengikuti aturan kelompok. Dan proses informatif berperilaku konsumtif karena individu mendengarkan pendapat dari kelompok yang dijadikan suatu acuan dalam membeli produk.

Para pedagang hampir tiap hari mereka berada di lingkungan kelompok pasar dimana mereka saling berinteraksi yang memungkinkan individu mendapatkan informasi

dan mengevaluasi perbandingan antara dirinya dengan kelompok yang membuat individu memiliki kesamaan antara kelompok tersebut. Hal ini terlihat dari para pedagang pasar wisata songgoriti yang memiliki penampilan yang sama, data awal yang didapatkan mereka memiliki barang yang sama karena umumnya pedagang di pasar wisata songgoriti memiliki model barang tersebut. Serta pedagang pasar wisata songgoriti sering mengadakan kegiatan untuk memakai warna pakaian, warna kerudung, model sandal yang sama. seperti yang dikatakan oleh subjek yang berinisial RM

“saya hampir setiap hari bertemu dengan teman-teman saya ini mbk setiap ada pakaian baru kita saling memberitahu dan sering janji beli model baju sama tetapi kadang warna beda, ada juga kadang kerudung, sandal, atau sandal dan juga kami sering mengadakan janji mbk untuk foto-foto di tempat wisata atau cafe baru dengan memakai warna baju yang sama jadi waktu di foto bagus mbk”

Komformitas pada wanita menyebabkan mereka cenderung menghabiskan banyak uangnya untuk menunjang penampilan dirinya dengan membeli barang-barang yang selalu baru dan sama dengan anggota kelompoknya. Hal ini agar individu di terima oleh kelompoknya. Serta mereka menyadari bahwa pakaian dan aksesoris seperti tas, sepatu, sandal, kerudung, jam tangan dan lain-lain dapat meningkatkan citra atau *image* tentang dirinya. Hal tersebut membumbuat wanita akan sensitif terhadap gambaran fisik mereka seperti tubuh yang pendek, gemuk dan sebagainya dapat membuat mereka merasa rendah diri sehingga mencari cara untuk meningkatkan citra diri mereka.

Uraian diatas dapat mengungkapkan bahwa ada suatu keterkaitan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada wanita. Perilaku konsumtif pada wanita tidak terlepas dari pengaruh kelompok. Selain itu, perilaku konsumtif dilakukan wanita untuk menunjang penampilan diri yang berkaitan dengan citra diri, oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Citra Diri dan Komformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Pedagang Wanita di Pasar Wisata Songgoriti”

**B. Rumusan Masalah**

1. Apakah terdapat hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti.
2. Apakah terdapat hubungan antara komformitas dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti.
3. Apakah terdapat hubungan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti

**C. Tujuan**

1. Mengetahui hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti
2. Mengetahui hubungan antara komformitas dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti.
3. Mengetahui hubungan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti.

**D. Manfaat**

1. Secara teoritis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan ilmuwan psikologi sehingga dapat menambah ilmu pengetahuan khususnya di bidang psikologi sosial dan psikologi industri dan organisasi dalam terutama dalam hal perilaku konsumen mengenai hubungan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti.
2. Secara praktis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan mengenai hubungan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Perilaku Konsumtif

##### 1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut fromm (1955) perilaku konsumtif adalah perilaku yang ditandai dengan adanya berlebihan dalam menggunakan segala hal yang dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik serta adanya dorongan rasa ingin memiliki barang tersebut dan memberikan kesenangan. Seseorang dikatakan konsumtif apabila seseorang membeli tidak untuk memenuhi kebutuhan tetapi untuk status sosial, dimana barang yang dibeli tersebut menunjukkan status pemiliknya. Menurut fromm (1955) perilaku mengkonsumsi barang secara berlebihan dapat berakibat *consumption hungry*. *Consumtion hungry* adalah keinginan untuk mengkonsumsi atau membeli barang secara berlebihan untuk memberikan kepuasan yang dapat membuat individu menjadi konsumtif, sedangkan rasa puas pada manusia tidak akan bertahan, melainkan akan cenderung meningkat sehingga seseorang secara terus menerus membeli barang untuk memenuhi rasa puasannya.

Perilaku konsumtif dalam psikologi dikenal dengan istilah *compulsive buying disorder* (kecanduan belanja), seseorang yang telah kecanduan belanja tidak dapat membedakan mana barang yang dibuthkan dan mana barang yang hanya untuk memenuhi keinginan saja (Hassanuddin,2011). Kata konsumtif mempunyai arti boros, maka kata konsumtif adalah boros, yaitu mengkosnumsi barang atau jasa secara berlebihan (Widiastuti, 2003). Perilaku konsumtif memberikan pengertian mengkonsumsi barang-barang yang kurang diperlukan secara berlebihan hanya untuk mencapai kepuasan maksiam (Tambunan, 2001). Lubis (dalam Lina & Rosyid, 1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif yaitu perilaku membeli tanpa didasarkan pertimbangan yang rasional karena keinginan yang terlalu besar di dalam diri.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli barang tidak sesuai dengan kebutuhan, yang dilakukan secara berlebihan yang berakibat pengeluaran uang yang berlebihan atau boros, Serta dalam pengambilan keputusan dalam pembelian tidak didasari oleh pertimbangan-pertimbangan yang rasional yang hanya menuruti keinginan semata tanpa

memperhatikan kebutuhan dalam pembelian barang tersebut sehingga menimbulkan perilaku konsumtif.

## **2. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif**

Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada individu menurut Fromm(1995) terdapat dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal.

### **a. Faktor eksternal/ lingkungan**

Individu yang berperilaku konsumtif dipengaruhi oleh lingkungan dimana individu tinggal dan dibesarkan. Variabel yang terdapat dalam faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu terdapat empat variabel yaitu :

#### **1. Kebudayaan**

Budaya adalah suatu bentuk kreatifitas yang diciptakan individu dari generasi ke generasi selanjutnya (turun temurun) yang mana dapat menentukan perilaku kehidupannya sebagai bagian dalam kelompok masyarakat tersebut

#### **2. Kelas sosial**

Masyarakat dikelompok menjadi tiga golongan yaitu : golongan atas, golongan tengah dan golongan bawah. Setiap kelas sosial tersebut dapat terjadi Perilaku konsumtif yang ditampakkan pada tiap kelompok sosial tersebut, tetapi pada tiap-tiap golongan akan berbeda.

#### **3. Keluarga**

Keluarga memiliki peran yang sangat penting mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif. Keluarga adalah suatu unit masyarakat terkecil yang dapat berpengaruh individu dalam pengambilan keputusan saat akan membeli suatu produk

#### **4. Kelompok acuan/ komformitas**

ndividu akan mengikuti suatu kelompok yang menjadi acuannya dalam berperilaku. Kelompok acuan akan mempengaruhi seseorang dalam berperilaku dan konsep pribadi yang dapat mempengaruhi individu dalam memilih produk, tetapi tingkat pengaruh kelompok terhadap produk berbeda-beda dan kebanyakan mereka memilih dalam hal perabotan dan pakaian.

## b. Faktor Internal

Seseorang dapat berperilaku konsumtif juga dapat terjadi karena faktor internal. Faktor ini terdiri dari dua yaitu aspek yaitu faktor psikologis dan faktor pribadi.

### 1. Faktor psikologis

Faktor psikologis dapat mempengaruhi individu dalam berperilaku konsumtif (Fromm,1995), diantaranya yaitu :

- a. Motivasi, motivasi dapat mempengaruhi karena seseorang yang memiliki motivasi tinggi untuk membeli suatu produk, maka individu akan cenderung membeli tanpa menggunakan faktor rasionalnya.
- b. Persepsi, persepsi yang dimiliki seseorang dapat mempengaruhi perilaku individu dalam mengambil keputusan, perbedaan persepsi pada individu akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian atau penggunaan barang.
- c. Sikap. Melalui tindakan seseorang akan merasa percaya. Dengan kepercayaan yang didapatkan oleh penjual dari konsumen maka menyebabkan terjadinya individu dalam berperilaku konsumtif.

### 2. Faktor pribadi

Menurut Fromm (1955) keputusan seseorang dalam membeli dapat dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, yaitu :

- a. Usia. Seseorang membeli barang dalam sepanjang kehidupannya berbeda-beda hal ini sesuai dengan minat produk dalam masing-masing kelompok. Orang dewasa mengalami perubahan dan perjalanan dalam sepanjang perjalanan hidupnya. Faber dkk,(dalam Rohman dan Baidun, 2013 h: 297) menyatakan bahwa lebih dari 90% pembeli adalah wanita yang berusia diantara 30-31 tahun.
- b. Pekerjaan. Pekerjaan dapat mempengaruhi individu dalam berperilaku konsumtif. Individu dengan pekerjaan yang berbeda- beda akan berperilaku konsumtif yang berbeda pula hal ini terjadi karena individu menyesuaikan dirinya dengan pekerjaannya.

- c. Keadaan ekonomi. Orang yang memiliki penghasilan yang cukup akan lebih senang berbelanja untuk membeli suatu barang, sedangkan orang dengan ekonomi rendah akan lebih dapat menghemat uang.
- d. Gaya hidup. Gaya hidup seseorang merupakan pola hidup yang ditunjukkan melalui aktivitas, minat, dan pandangan yang menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.
- e. Kepribadian dan citra diri. Tipe- tipe kepribadian seseorang dapat mempengaruhi dalam berperilaku konsumtif. Jenis kepribadian seseorang dengan pilihan produk yang berkaitan dengan kepribadian yang merupakan citra diri seseorang. Pemasar berusaha menciptakan dan memperbarui citra merek yang sesuai dengan citra diri pribadi yang menjadi sasaran.
- f. Jenis kelamin, perbedaan jenis kelamin dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Wanita akan lebih cenderung berperilaku konsumtif karena nalurinya yang iki selalu tamplin cantik dan lemah lembut.

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa terdapat dua faktor yang mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif yaitu faktor internal yaitu faktor psikologis (motivasi, persepsi, sikap), faktor pribadi (usia, jenis kelamin, keadaan ekonomi, pekerjaan, kepribadian dan gaya hidup) dan juga faktor eksternal yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan kelompok acuan.

### 3. Ciri – Ciri Perilaku Konsumtif

Terdapat Lima ciri-ciri seseorang berperilaku konsumtif menurut fromm (1955) yaitu

1. Membeli produk demi menjaga gengsi.

Pembelian yang dilakukan oleh individu untuk menjaga harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibeli tersebut.

2. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri.

Sesorang dalam membeli suatu produk hanya untuk menjaga status diri yang ada dilingkungan mereka tinggal.

3. Membeli produk dengan harga yang mahal akan meningkatkan rasa percaya diri.

Pemilihan harga yang mahal pada saat pembelian produk yang dilakukan oleh individu, karena dengan harga yang mahal dapat meningkatkan kepercayaan diri.

4. Membeli produk karena ingin meniru mode yang sedang ngetrend

Pembeli dilakukan karena banyak orang yang memiliki barang tersebut dan model tersebut sedang populer, Individu yang membeli produk yang sedang trend akan memperoleh kesenangan, kepuasan, dan kebanggaan tersendiri.

5. Untuk menarik perhatian orang lain.

Seseorang dalam membeli produk hanya untuk menarik perhatian orang lain di sekitarnya.

#### 4. Dimensi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu kecenderungan yang dilakukan individu untuk bertindak dengan keinginan untuk membeli suatu produk yang sebenarnya tidak diperlukan. Menurut fromm (1995) terdapat empat aspek dalam perilaku konsumtif yaitu :

1. Melakukan Pembelian Impulsive

Pembelian impulsif yaitu pembelian yang dilakukan oleh individu yang semata-mata karena adanya hasrat atau keinginan secara tiba-tiba tanpa terencana tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut yang hanya dipengaruhi emosi semata

2. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Yaitu seseorang membeli produk secara berlebihan yang membuat pengeluaran dana secara banyak dan tanpa disadari pembelian yang tidak dibutuhkan secara jelas.

3. Tidak bernilai kebutuhan (*Non Rational Buying*)

Pembelian produk yang dilakukan oleh individu karena didasari adanya rasa kesenangan yang didapatkan pada saat membeli barang tersebut dengan tidak memikirkan jumlah uang yang harus dikeluarkan, hanya ingin memuaskan keinginannya.

#### 4. Ingin lebih dari orang lain (*Satisfaction Seeking*)

Pembelian produk dilakukan supaya selalu lebih dari orang lain, selalu ada ketidakpuasan yang diikuti rasa bersaing yang tinggi.

Maka uraian diatas dapat disimpulkan bahwa menurut fromm terdapat empat aspek yang mempengaruhi individu berperilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif, pembororan tidak bernilai kebutuhan dan ingin lebih dari orang lain.

#### 5. Kajian Islam tentang Perilaku Konsumtif

Dalam islam seseorang yang membelanjakan hartanya secara boros dan tidak bermanfaat maka mereka adalah temannya syaitan. Hal ini dijelaskan dalam Al- Quran surat al isra' ayat 26-27:

وَلَا تُبَدِّرْ تَبَدِيرًا إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ

“*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Rabbnya.* “

Sesorang dikatakan boros jika membelanjakan hartanya di jalan yang keliru seperti membeli barang yang tidak berguna atau tidak dibutuhkan yang hanya membeli karena lapar mata.

### B. Citra Diri

#### 1. Pengertian Citra Diri

Menurut Salmaini (2011) Citra diri adalah sutau persepsi tentang diri kita sendiri yang mempengaruhi tindakan individu dalam berpikir untuk bertindak. Citra diri juga dapat dikatakan sebagai identitas diri yang kita tunjukkan kepada lingkungan. Sedangkan menurut Brown (1998) citra diri yaitu suatu keinginan yang ditampakkan yang terdapat pada pikiran individu. Schiffman & Kanuk (2008), menjelaskan bahwa citra diri konsumen adalah keyakinan atau kepercayaan seseorang, akan produk yang ia miliki, untuk meningkatkan diri mereka. Citra diri menjadi salahsatu faktor personal dalam kaitannya dengan pemakaian dan pembelian produk. Berbagai macam kajian dan tinjauan literatur tersebut menunjukkan bahwa faktor personal pada diri individu mempengaruhi intensi membeli.

Centi (1993) citra diri merupakan bagian dari konsep diri yang berkaitan dengan sifat fisik. Citra diri merupakan suatu gambaran yang dimiliki seseorang tentang dirinya

sendiri sebagai makhluk yang berfisik, sehingga citra diri sering dikaitkan dengan karakter fisik seseorang termasuk didalamnya penampilan seseorang seperti bentuk tubuh, cara pakaian, model rambut dan pemakaian kosmetik (Burn, 1993). Hadiwibowo (2003,) menyatakan bahwa citra diri adalah suatu gambaran seseorang terhadap diri sendiri atau pikiran seseorang tentang pandangan orang lain terhadap dirinya, terkait dengan bagaimana cara seseorang memandang dirinya dan bagaimana berpikir tentang penilaian orang lain terhadapnya.

Dari uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa citra diri adalah suatu gambaran, pandangan, cerminan pada individu tentang dirinya sendiri yang dapat berpengaruh terhadap pola pikir, dan berperilaku dalam kehidupan sehari-hari.

## 2. Dimensi Citra Diri

Terdapat tiga aspek yang dalam citra diri yang dikemukakan oleh Brown (1998) yaitu :

### 1. Dunia Fisik

Pengetahuan tentang dunia fisik dapat memberikan pemahaman tentang diri sendiri dimana hanya terbatas pada atribut yang tampak dimana pengetahuan tersebut bersifat subjektif.

### 2. Dunia Sosial

Citra diri yang ditampakkan juga dapat diperoleh dari lingkungan sosial individu. Proses pencapaian pemahaman yang berasal dari lingkungan sosial terdapat dua macam yaitu :

#### a. Perbandingan sosial

Seorang individu membandingkan diri sendiri dengan individu lain. Tidak jarang individu membandingkan dengan individu yang lebih baik (disebut *upward comparison*) atau yang lebih buruk (*downward comparison*).

#### b. Penilaian yang tercerminkan

Penilaian pada diri sendiri dapat terlihat dari reaksi orang lain terhadap perilaku individu.

### 3. Dunia Psikologis

Penilaian dari dalam diri sendiri terdapat tiga hal yang dapat mempengaruhi pemahaman akan citra diri individu yaitu

a. Introspeksi

Introspeksi dilakukan agar individu melihat dirinya untuk mencari apa yang dapat menunjang diri

b. Proses mempersepsi diri

Yaitu suatu tindakan melihat kembali dan menyimpulkan tentang diri sendiri setelah mengingat ada tidaknya atribut yang dicarinya di dalam kejadian sehari-hari.

c. Atribusi kausal

Menurut Weiner (dalam Brown, 1998) atribusi kausal yaitu bagaimana individu menjawab pertanyaan mengapa dalam melakukan tindakan atau kegiatan dalam hidupnya. Serta atribusi kausal juga mengetahui apa alasan seseorang berperilaku tersebut kepada individu. sehingga hal ini dapat mengetahui gambaran tentang diri sendiri sebenarnya.

Kesimpulan diatas yaitu terdapat tiga aspek citra diri menurut brown yaitu dunia fisik, dunia sosial yang terdiri dari (perbandingan sosial, penilaian yang tercermin) dan dunia psikologis yang terdiri dari (introspeksi diri, proses mempersepsi diri, atribusi akusal).

### 3. Faktor- faktor yang Mempengaruhi Citra Diri

Menurut Brown (1998) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi citra diri yaitu :

a. Faktor perilaku

1. Perhatian selektif terhadap masukan yang mendukung citra diri individu. individu cenderung memilih masukan mana yang akan diperhatikan
2. Melumpuhkan diri sendiri. Individu memunculkan perilaku yang itu menunjukkan kekurangannya.
3. Pemilihan tugas yang memperlihatkan usaha positif. Individu cenderung lebih senang mendapatkan masukan yang menunjukkan kelebihan mereka, dari pada kemampuan sebenarnya yang kurang baik.
4. Bukti yang memperjelas perilaku mencari info strategis. Individu lebih suka menghindari yang dapat menunjukkan kekurangan mereka dan cenderung mencari masukan untuk hal yang sangat mudah diperbaiki dari hasil kemampuan mereka.

b. Faktor Sosial

1. Interaksi Selektif, individu dapat memilih dengan siapa ia ingin bergaul.
2. Perbandingan sosial yang bias. Individu lebih cenderung membandingkan dirinya dengan orang lain yang menurutnya lebih rendah kemampuannya daripada dirinya.

**4. Citra Diri positif dan Citra Diri Negatif**

Brown (1998) adalah seorang tokoh bidang psikologi teknik motivasi yang mengidentifikasi citra diri positif dan negatif yaitu :

a. Citra Diri Positif

1. Memiliki rasa percaya diri yang kuat
2. Berorientasi pada ambisi yang kuat dan mampu menentukan sasaran hidup
3. Terorganisir dengan baik dan efisien
4. Bersikap mampu
5. Memiliki kepribadian yang menyenangkan
6. Mampu mengendalikan diri

b. Citra Diri Negatif

1. Merasa rendah diri
2. Kurang memiliki dorongan dan semangat hidup
3. Lebih suka menunda waktu
4. Memiliki landasan yang pesimistik dan emosi negatif
5. Pemalu dan menyendiri
6. Hanya memiliki kepuasan sendiri

**5. Kajian Islam Citra Diri**

Menjaga penampilan dalam islam merupakan suatu tindakan yang diperbolehkan namun terdapat batasan-batasan sesuai dengan syariat islam apalagi dalam hal pakaian. Allah SWT menyukai keindahan dan kebersihan sesuai dengan hadits riwayat muslim :

إِنَّ اللَّهَ جَمِيلٌ يُحِبُّ الْجَمَالَ

*“sungguh allah itu maha indah dan menyukai keindahan”*

Dalam hadits diatas dapat dipahami bahwa Allah SWT menyukai tajammul yang artinya suka dengan berhias atau berpenampilan indah namun diantara keindahan tersebut yang paling baik yaitu keindahan dalam lisan, perkataan, yang selalu

melafadkan dzikir, bertasbih, bertahmid, bertakbir, membaca alquran kemudian keindahan anggota badan yang selalu melakukan ibadah seperti sholat, serta keindahan perbuatan seperti menolong orang lain, zakat dll.

Dalam islam seorang wanita dalam berpenampilan harus memperhatikan batasan – batasan yang tidak boleh dipakai seperti harus tetap menutup aurat, pakaian yang dikenakan tidak menunjukkan lekuk atau bentuk badan seperti tetap longgar, tidak transparan seperti yang dijelaskan Dalam Q.S An-Nur yang berbunyi

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 أَبْنَائِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ ۗ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ ۗ وَتَوْبُوا إِلَى اللَّهِ جَمِيعًا أَيُّهُ الْمُؤْمِنُونَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

*Katakanlah (wahai Nabi Muhammad) kepada wanita- wanita mukminah, 'Hendaklah mereka menahan pandangan mereka, dan memelihara kemaluan mereka dan janganlah mereka menampakkan hiasan (pakaian, atau bagian tubuh) mereka kecuali yang (biasa) nampak darinya dan hendaklah mereka menutupkan kerudung mereka ke dada mereka (QS. an-Nur [24]: 31).*

## C. Komformitas

### 1. Pengertian Komformitas

Menurut Baron & Byrne (2005), komformitas adalah perubahan sikap dan perilaku agar sesuai dengan norma yang ada dalam kelompok sosial tersebut. Komformitas merupakan perubahan perilaku pada individu sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok dengan acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-prilaku tertentu pada individu anggota pada kelompok tersebut.

Hasil dari proses konformitas bisa positif bisa juga negatif. Tekanan untuk melakukan konformitas berakar dari kenyataan bahwa di berbagai konteks ada aturan aturan eksplisit ataupun tak terucap yang mengindikasikan bagaimana kita seharusnya atau sebaiknya bertingkah laku. Aturan-aturan ini dikenal sebagai norma sosial (social norms), dan aturan aturan ini sering kali menimbulkan efek yang kuat pada tingkah laku kita.

Menurut David O'Sears, konformitas adalah bahwa seseorang melakukan perilaku tertentu karena disebabkan orang lain melakukan hal tersebut. Hal ini sesuai pendapat dari Selly dkk, yang menyatakan bahwa konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain. ditambahkan oleh Umi Kulsum & Mohammad Jauhar bahwa konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada dan yang berlaku dalam sebuah komunitas tempat individu hidup bersosial.

Sehingga dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa konformitas adalah suatu perubahan perilaku yang dilakukan individu agar sesuai dengan perilaku orang lain yang berada di kelompok sosial individu hidup bersosial, agar seorang individu dapat diterima di dalam kelompok tersebut dan tidak merasa diasingkan.

## **2. Komponen Konformitas**

Menurut Baron & Byrne (2005) terdapat 2 aspek konformitas yaitu

### **1. Aspek normatif**

Yaitu individu menyesuaikan diri dengan norma kelompok agar dapat memenuhi harapan kelompok dan dapat diterima di kelompok tersebut.

### **2. Aspek informasional**

Yaitu keinginan individu merasa benar serta menjadikan kelompok sebagai sumber informasi.

## **3. Jenis-jenis konformitas**

Menurut Baron & Byrne (2005) mengemukakan terdapat jenis-jenis konformitas adalah sebagai berikut :

### **1. Konformitas membabi buta**

Konformitas membabi buta adalah bersifat tradisional dan primitif. Konformitas tradisional diwarnai oleh sikap masa bodoh, dalam arti atau mengikuti apa yang menjadi kemauan orang lain tanpa pemahaman atau penghayatan, tanpa pertimbangan, pemikiran atau perasaan apalagi keyakinan tentang kebenaran ataupun kesahihan dari sesuatu yang diikutinya itu.

## 2. Konformitas Teridentifikasi

Konformitas identifikasi didasarkan karena adanya karisma yang terpancar dari seorang pemimpin atau ketua ataupun juga yang dirasakan berada “di atas” sana. Dan orang tersebut adalah sang idola, tokoh panutan, tokoh identifikasi yang harus dipercayai, ditiru, dan di iya-kan segala sesuatunya.

## 3. Konformitas Internalisasi

Konformitas internalisasi didasarkan oleh pertimbangan rasional yaitu pikiran, perasaan, pengalaman, hati nurani dan semangat, untuk menentukan pilihan pilihan dalam bersikap dan bertingkah laku, juga dalam berpikir dan berpendapat. Keputusan sepenuhnya terletak di tangan orang yang hendak mendudukkan diri pada posisi tertentu.

ditambahkan Myers (2012:253) bahwa jenis konformitas adalah sebagai berikut

### 1. Pemenuhan (*compliance*)

Arti dari pemenuhan dalam konformitas adalah di mana perilaku seseorang sesuai dengan tekanan kelompok sementara secara pribadi orang yang bersangkutan tidak menyetujui perilaku tersebut. Konformitas ini terjadi untuk diterima dalam kelompok atau untuk menghindari penolakan.

### 2. Penerimaan (*Acceptance*)

Penerimaan adalah bentuk konformitas dimana perilaku keyakinan seseorang sesuai dengan tekanan sosial. Dalam kehidupan sehari-hari manusia tumbuh dan berkembang di dalam lingkungan sosial. Lingkungan sosial memberikan banyak pengaruh terhadap pembentukan berbagai aspek kehidupan, terutama kehidupan sosio-psikologis. Manusia sebagai makhluk sosial, senantiasa berhubungan dengan sesama manusia.

## 4. Faktor –faktor yang mempengaruhi Konformitas

Menurut Baron dan Byrne (2005) terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi individu berperilaku konformitas yaitu :

### 1. Ukuran Kelompok

Menurut Baron dan Byrne ukuran kelompok dapat mempengaruhi individu berperilaku konformitas. Ukuran kelompok adalah banyaknya suatu

individu dalam kelompok atau lingkungan, semakin banyak anggota dalam suatu kelompok maka akan semakin tinggi keinginan seseorang untuk melakukan sesuatu yang sama dengan kelompok tersebut.

## 2. Keseragaman Kelompok

Keseragaman kelompok adalah suatu usaha individu agar sama dan menyesuaikan diri agar sesuai dengan kelompoknya. Dalam suatu kelompok, seseorang yang memiliki suara yang berbeda dengan kelompoknya maka individu tersebut tidak akan bertahan lama, individu tersebut akan merasa tidak enak dan tertekan karena berbeda sehingga individu tersebut akan mengikuti suara dan menyesuaikan dengan kelompok tersebut.

## 3. Kohesif

Kohesif adalah suatu derajat ketertarikan seseorang individu terhadap suatu kelompok. Ketika seseorang memiliki ketertarikan yang tinggi, rasa suka dan mengagumi suatu kelompok maka seseorang akan berperilaku mengikuti kelompok tersebut semakin tinggi.

## 4. Status

Status pada suatu kelompok dapat mempengaruhi individu berperilaku komformitas. Semakin tinggi status seseorang maka akan semakin banyak individu yang meniru dan menganut perilakunya, sebaliknya apabila status seseorang rendah maka akan semakin sedikit individu yang meniru dan menganutnya.

## 5. Respon umum

Respon umum dapat mempengaruhi individu dalam berperilaku komformitas. Respon umum adalah individu memberikan respon atau perilaku secara umum yang sering dilakukan oleh kelompoknya dari pada memberikan respon opini diri sendiri.

## 6. Komitmen umum

Komitmen umum adalah suatu keyakinan yang diyakini dalam suatu kelompok. Setelah membuat suatu komitmen secara umum maka mereka akan

tetap memegang komitem tersebut tanpa menghiraukan benar atau tidaknya komitem tersebut.

#### 7. Norma sosial deskriptif dan norma sosial injungtif

Norma deskriptif adalah norma yang hanya mendeskripsikan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu. Norma ini akan mempengaruhi tingkah laku kita dengan cara memberitahu kita mengenai apa yang umumnya dianggap efektif atau bersifat adaptif dari situasi tertentu tersebut. Sementara itu, norma injungtif akan mempengaruhi kita dalam menetapkan apa yang harusnya dilakukan dan tingkah laku apa yang diterima dan tidak diterima pada situasi tertentu.

ada beberapa alasan mengapa setiap individu tertarik untuk melakukan konformitas, diantaranya adalah sebagai berikut:

##### 1) Keinginan untuk disukai

Sebagai akibat dari internalisasi dan proses belajar di masa kecil, banyak individu melakukan konformitas untuk membantunya mendapatkan persetujuan dengan banyak orang. Persetujuan di perlukan agar individu mendapatkan pujian. Pada dasarnya, kebanyakan orang senang akan pujian, yang membuatnya berusaha untuk menyesuaikan diri dengan keadaan.

##### 2) Rasa takut akan penolakan

Konformitas sering dilakukan agar individu mendapatkan penerimaan dari kelompok atau lingkungan tertentu. Jika individu memiliki pandangan dan perilaku yang berbeda, maka dirinya akan dianggap bukan termasuk dari anggota kelompok dan lingkungan tersebut.

##### 3) Keinginan untuk merasa benar

Banyak keadaan yang menyebabkan individu berada dalam posisi yang dilematis karena tidak mampu mengambil keputusan. Jika ada orang lain dalam kelompok ternyata mampu mengambil keputusan yang dirasa benar, maka dirinya akan ikut serta agar dianggap benar.

##### 4) Konsekuensi kognitif

Kebanyakan individu yang berpikir melakukan konformitas adalah konsekuensi kognitif akan keanggotaan mereka terhadap kelompok dan lingkungan di mana mereka berada.

## 5. Kajian Islam tentang Komformitas

Dalam islam individu dalam kehidupan bersosial seseorang dilarang pilih-pilih dalam berteman ataupun membeda-bedakan orang lain. Allah SWT berfirman dalam Q.S Al- Hujurat ayat 11 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ ۗ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَرُوا بِالْأَلْقَابِ ۗ بِئْسَ الْإِسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ ۚ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ

*“Hai orang-orang yang beriman, janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diolok-olok) itu lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok). Dan jangan pula wanita-wanita (mengolok-olok) wanita-wanita yang lain (karena) boleh jadi wanita-wanita (yang diperolok-olok) itu lebih baik dari wanita (yang mengolok-olok) dan janganlah kamu mencela dirimu sendiri (maksudnya, janganlah kamu mencela orang lain,). Dan janganlah kamu saling memanggil dengan gelar (yang buruk). Seburuk-buruk panggilan ialah (panggilan) yang buruk (fasik) sesudah iman. Dan barangsiapa yang tidak bertaubat, maka mereka itulah orang-orang yang dzalim” (QS. Al-Hujuraat ayat 11).*

Maksud ayat diatas yaitu kita sebagai seorang muslim dilarang untuk mengolok-olok dan membeda-bedakan orang lain karena sejatinya setiap individu memiliki kemampuan yang berbeda-beda, serta membuat seseorang berusaha untuk sama dengan kelompoknya yang membuat individu berusaha dengan berbagai cara.

#### **D. Hubungan Antara Citra Diri dan Komformitas terhadap Perilaku Konsumtif**

Menurut Brown (1998) citra diri yaitu suatu keinginan yang ditampakkan yang terdapat pada pikiran individu. Citra diri merupakan bagian dari konsep diri yang berkaitan dengan fisik (Centi, 1993) termasuk didalamnya penampilan individu seperti bentuk tubuh, cara pakaian, pemakaian kosmetik (Burn, 1993). Penampilan bagi sebagian orang merupakan sesuatu yang sangat penting apalagi bagi kaum perempuan, karena perempuan pada dasarnya merupakan individu yang dikenal dengan anggun, cantik, serta selalu menjaga penampilan (Amriani, Manda, dkk 2015). Pandangan dalam masyarakat Wanita identik dengan seorang yang selalu menjaga kebersihan dan penampilan, serta dalam menunjang penampilan seseorang biasanya memakai atribut seperti tas, sepatu, hiasan kepala, hiasan baju. Hal ini yang menyebabkan wanita sering kali merasa tidak percaya diri akan tubuh mereka. Akibat adanya rasa tidak percaya diri, para wanita akan berusaha mencari cara untuk dapat meningkatkan percaya dirinya. Salah satu cara adalah dengan penggunaan barang-barang yang dianggap mampu meningkatkan rasa percaya dirinya. Seseorang yang memiliki citra diri rendah cenderung akan membeli barang berlebihan yang membuat individu berperilaku konsumtif.

Penelitian yang dikemukakan oleh Rasimin (2001) bahwa individu mejadi konsumtif karena adanya *inferiority complex* yaitu perasaan kecil dan rendah diri. Untuk menutupi tersebut individu akan membeli barang – barang yang sedang trending. Menurut Hawkins (dalam Hidayati, 2001) seseorang yang memiliki citra diri rendah cenderung akan membeli suatu produk yang dapat menaikkan citra dirinya. Terdapat hubungan antara penampilan diri dengan citra diri (Santrock, 2003). Seorang yang memiliki citra diri yang tinggi dapat berperilaku dan mengambil keputusan sesuai dengan kemampuan dirinya sendiri tanpa dipengaruhi dari orang lain. Berkaitan dengan perilaku konsumtif individu akan dapat mengontrol dan mengatur pembelian, seperti individu hanya akan membeli barang yang dibutuhkan tanpa memperdulikan barang-barang yang sedang trending. Sebaliknya seseorang yang memiliki citra diri rendah ia cenderung akan membeli suatu barang yang dapat menunjang dirinya dan menuruti kepuasan sementara. Seseorang yang memiliki produk baru biasanya adalah orang yang memiliki rasa percaya diri rendah dan juga harga diri rendah.

Selain itu wanita juga memiliki adanya kebutuhan yang kuat dalam berteman juga menjadikan wanita ingin diterima menjadi bagian dalam kelompok. Agar bisa diterima dalam kelompoknya, wanita sedapat mungkin untuk bisa sejalan atau sama dengan kelompok salah satunya dengan menggunakan barang-barang yang sama dengan kelompoknya. Komformitas dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada individu. Komformitas menurut Baron & Byrne (2005) adalah perubahan yang terjadi pada individu agar sesuai dengan kelompok sosial. Seseorang yang telah dewasa akan memiliki hubungan yang semakin luas dengan teman-temannya. Mereka akan menyesuaikan dengan lingkungan sosialnya, sehingga pengaruh teman sebaya sangat besar dalam hal penampilan maupun perilaku (Hurlock, 2004). Seperti contoh dalam hal berpakaian individu akan cenderung sama dengan pakaian anggota kelompoknya agar dianggap tidak berbeda dengan mereka.

Komformitas banyak terjadi pada wanita dari pada laki-laki. Karena wanita tidak ingin berbeda dengan kelompoknya dan mudah dipengaruhi. Penelitian yang dilakukan oleh Zebua dan Nurdjayadi (2001) menunjukkan bahwa remaja putri lebih komformitas terhadap kelompoknya dibandingkan dengan remaja putra. Dari kelompok sebayanya individu akan memperoleh informasi mengenai barang-barang yang sedang populer apalagi dalam hal *fashion*. Mereka akan selalu berusaha untuk sama dengan kelompoknya, sehingga mereka akan membeli barang tersebut yang sebenarnya barang tersebut tidak dibutuhkan melainkan hanya menuruti keinginan semata yang memiliki kepuasan tersendiri jika mendapatkan barang tersebut.

Citra diri dan komformitas dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif menurut Fromm (1955) adalah perilaku yang ditandai dengan adanya berlebihan dalam menggunakan segala hal yang dapat memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik serta adanya dorongan rasa ingin memiliki barang tersebut dan memberikan kesenangan. Perilaku konsumtif dapat terjadi pada siapa saja dan dari kalangan manapun. Penelitian yang dilakukan oleh Faber, O'Guinn & Dittmar (dalam Rohman & Baidun, 2013) perilaku konsumtif dapat terjadi pada siapa saja dengan tingkat pendapatan yang beragam. Seseorang dengan tingkat pendapatan yang besar, sedang maupun rendah dapat terjadi perilaku konsumtif.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ningrum (2011) tentang hubungan komformitas dan perilaku konsumtif produk pakaian distro dengan 60 responden dari

siswa SMA lokal menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara perilaku konsumtif dengan komformitas. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh pertiwi (2013) tentang hubungan antara komformitas terhadap teman sebaya dengan perilaku konsumtif dalam membeli pakaian di online shop dengan responden yang berjumlah 123 siswa pada siswa SMA Semarang juga menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara komformitas terhadap teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Penelitian yang dilakukan oleh Baidun dan Rohman (2013) tentang pengaruh citra diri dan komformitas terhadap perilaku compulsive buying pada remaja dengan 167 Reponden remaja menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara compulsive buying, citra diri dan komformitas. Serta penelitian yang dilakukan oleh Ika & Rifa tentang hubungan komformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja dengan sampel sebanyak 82 remaja siswa SMA dan sederajat menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara komformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja.

Berdasarkan uraian diatas terlihat adanya keterkaitan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang yang dilakukan oleh individu untuk menunjang penampilan diri yang berkaitan dengan citra diri. Individu yang memiliki rasa citra diri rendah maka akan membeli barang-barang yang dapat menunjang diri mereka. Serta perilaku konsumtif juga dapat terjadi karena pengaruh dari kelompok sosial mereka berada. Individu ingin diterima oleh kelompok sebayanya dan membeli barang yang sama agar tidak dianggap berebeda dengan kelompoknya.

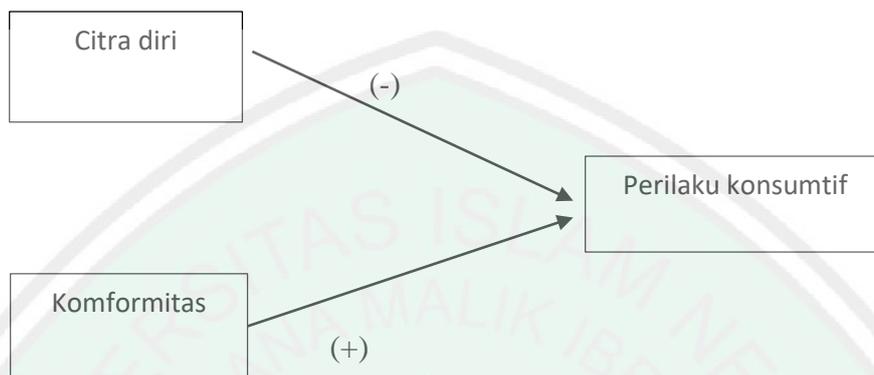
#### **E. Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara terhadap masalah penelitian yang masih perlu bukti secara empiris (Arief, 2003). Hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. Terdapat hubungan negatif antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti
2. Terdapat hubungan yang positif antara komformitas dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita dipasar wisata songgoriti.
3. Terdapat hubungan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita dipasar wisata songgoriti.

## F. Kerangka pemikiran

**Bagan 1**  
**Kerangka pemikiran**



Keterangan :

- (-) : hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti bersifat negatif. semakin rendah citra diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin tinggi citra diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada pedagang wanita.
- (+) : hubungan antara komformitas dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti. Semakin tinggi komformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin rendah komformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada pedagang wanita.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

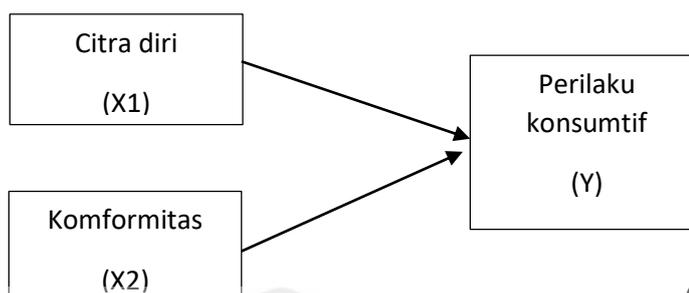
#### **A. Pendekatan Penelitian**

Pemilihan jenis penelitian yang digunakan seorang peneliti haruslah tepat dan sesuai. Hal ini agar peneliti mendapatkan gambaran yang jelas mengenai masalah yang dihadapi serta langkah- langkah yang digunakan dalam mengatasi masalah tersebut. Adapaun jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012). Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang ilmiah sebab telah menemui kaidah-kaidah ilmiah yang empiris, objektif, terukur serta sistematis serta metode kuantitatif data yang didapatkan berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (sugiyono, 2012).

#### **B. Variabel Penelitian**

Menurut Hatch & Farhadi (Sugiyono, 2012) Variabel merupakan suatu obyek yang memiliki variasi tertentu antara obyek satu dengan lainnya. dalam penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat.

1. Variabel bebas (independet), adalah variabel yang menjadi sebab atau yang mempengaruhi variabel terikat (Sugiyono, 2012). Variabel bebas dalam penelitian ini terdapat dua yaitu citra diri dan komformitas.
2. Variabel terikat ( dependent), adalah variabel yang menjadi akibat atau hasil yang didapatkan dari adanya variabel bebas (sugiyono, 2012). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif.

**Bagan 2 Desain Penelitian Korelasi**

(Sugiyono, 2013)

**C. Definisi operasional variabel penelitian****1. Perilaku konsumtif**

Perilaku konsumtif yaitu suatu perilaku pembelian barang yang dilakukan oleh individu secara tiba-tiba tanpa pikir panjang yang hanya untuk menuruti keinginan semata. Penyusunan skala ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fromm (1955) yang terdapat empat aspek yaitu

## 1. Melakukan Pembelian Impulsive

Pembelian impulsif yaitu pembelian yang dilakukan oleh individu yang semata-mata karena adanya hasrat atau keinginan secara tiba-tiba tanpa terencana tanpa mempertimbangkan manfaat dari barang tersebut yang hanya dipengaruhi emosi semata

2. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Yaitu seseorang membeli produk secara berlebihan yang membuat pengeluaran dana secara banyak dan tanpa disadari pembelian yang tidak dibutuhkan secara jelas.

3. Tidak bernilai kebutuhan (*Non Rational Buying*)

Pembelian produk yang dilakukan oleh individu karena didasari adanya rasa kesenangan yang didapatkan pada saat membeli barang tersebut dengan tidak memikirkan jumlah uang yang harus dikeluarkan, hanya ingin memuaskan keinginannya.

4. Ingin lebih dari orang lain (*Satisfaction Seeking*)

Pembelian produk dilakukan supaya selalu lebih dari orang lain, selalu ada ketidakpuasan yang diikuti rasa bersaing yang tinggi.

Maka uraian diatas dapat disimpulkan bahwa menurut fromm terdapat empat aspek yang mempengaruhi individu berperilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif, pembororan tidak bernilai kebutuhan dan ingin lebih dari orang lain.

## **2. Citra diri**

Citra diri adalah suatu gambaran, cerminan seseorang tentang dirinya. Penyusunan skala ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Brown (1987) yang terdapat tigaindikator citra diri yaitu

- a. dunia fisik  
yaitu gambaran yang dimiliki individu mengenai penampilan yang berkaitan dengan fisik
- b. dunia sosial  
yaitu gambaran atau cerminan sesorang mengenai penilaian yang tercerminkan dari orang lain, serta perbandingan sosial
- c. dunia psikologis.  
Yaitu gambaran yang berkaitan dengan karakteristik dirinya seperti intropeksi, proses mempersepsi diri serta sebab akibat individu berperilaku tersebut.

## **3. Komformitas**

Komformitas adalah suatu perubahan perilaku yang terjadi pada individu agar sesuai dengan norma kelompok. Penyusunan skala ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Baron & Byrne (2005) yang terdapat dua aspek komformitas yaitu

- a. normatif  
Perubahan perilaku yang terjadi pada individu agar diterima atau disukai orang lain dan terhindar dari penolakan.
- b. Informasional

Perubahan perilaku yang terjadi karena kelompok menjadi acuan atau sumber informasi serta membenarkan kelompok.

## **D. Subjek Penelitian**

Subjek pada penelitian ini adalah pedagang wanita di pasar wisata songgoriti. Usia yang dipilih peneliti untuk menjadi subjek penelitian adalah rentang usia 25- 45 tahun.

## E. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian (Arikonto, 2002:108). Populasi adalah wilayah yang terdiri dari seluruh subjek yang mempunyai kriteria tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2005 :90).

Populasi dalam penelitian ini yaitu pedagang wanita di pasar wisata songgoriti yang berusia 20-45 tahun yang berjumlah 130 Orang. Alasan memilih pedagang wanita yang berusia 20-45 tahun yaitu berdasarkan data awal pedagang wanita selalu berpenampilan *modes* dan *trending*, serta rapi dengan tujuan karena tiap harinya bertemu dengan pembeli

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian yang diambil dari subjek yang dianggap dapat mewakili seluruh populasi (Sogiyono, 2005: 79). Jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu berjumlah 130 orang. Dalam memperhitungkan ukuran sampel peneliti menggunakan rumus slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel / jumlah responden

N = Ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir, e = 0,5

penelitian ini memiliki populasi dengan jumlah 130 orang, serta presentase kelonggaran yang digunakan yaitu 5%, untuk mengetahui sampel penelitian maka perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \frac{130}{1 + 130 (5\%)^2}$$

$$n = \frac{130}{1 + 130 (0.05)^2}$$

$$n = \frac{130}{1 + 130 (0.0025)}$$

$$n = \frac{130}{1,325}$$

$$n = 97,11$$

Perhitungan diatas dapat disimpulkan bahwa hasil yang diperoleh yaitu 97 sampel. Sehingga peneliti menggunakan 97 orang untuk mewakili seluruh populasi.

### **3. Teknik Sampling**

Teknik pengambilan sampel yang dilakukan peneliti dengan menggunakan teknik *Purposive sampling*. Purposive sampling yaitu teknik yang memiliki kriteria berdasarkan tujuan penelitian. Kriteria dalam hal ini yaitu pedagang wanita yang berjualan di Pasar Wisata Songgoriti yang berusia antara 20-45 tahun.

#### **a. Metode Pengumpulan Data**

Metode dalam pengumpulan data yaitu berupa kuisisioner. Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pernyataan tertulis dan responden bertugas untuk menjawab sesuai dengan dirinya (Suharsismi, 2010)

#### **b. Instrumen Penelitian**

Dalam sebuah penelitian kuantitatif, instrumen penelitian digunakan sebagai pengumpulan data yang didalamnya harus terdapat skala agar mendapatkan data yang akurat (sugiyono, 2013). Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert dimana variabel yang digunakan dalam penelitian dijabarkan menjadi indikator- indikator yang digunakan untuk menyusun daftar pernyataan (Sugiyono, 2013). Pernyataan tersebut disusun terdiri dari dua komponen item yaitu favourable ( pernyataan positif) dan unfavourable (pernyataan negatif). dalam favourable pemilihan jawaban terdapat empat alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS)

memiliki skor 4, Sesuai (S) memiliki skor 3, Tidak Sesuai (TS) memiliki skor 2, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) memiliki skor 1. Sedangkan item unfavourabel memiliki empat alternatif jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS) memiliki skor 1, Sesuai (S) memiliki skor 2, Tidak Sesuai (TS) memiliki skor 3, dan Sangat Tidak Sesuai (STS) memiliki skor 4.

**Tabel 1. Panduan skoring**

Pilihan Jawaban	Favourable	Unfavourable
Sangat setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak setuju (TS)	2	3
Sangat tidak setuju (STS)	1	4

Jumlah skala yang digunakan dalam penelitian ini terdapat tiga skala yaitu skala perilaku konsumtif, skala citra diri dan skala komformitas.

1. Skala perilaku konsumtif

**Tabel 2. Distribusi Item Skala Perilaku konsumtif**

Aspek	Indikator perilaku	No item		Jumlah
		Favorabel	Unfavourabel	
Pembelian impulsif	Keinginan sesaat	1,5,17	23,32	5
	Tanpa pertimbangan	12,3	4,18,24	5
Pemborosan	Boros	19,31,33,40	16,25,30,38,39,41	10
	Mengikuti tren	10,13,20,26	29,34	6
Tidak bernilai kebutuhan	Mencari kesenangan	8,20,27	28,35	5
	Mencari kepuasan	14,15,22,36,37	7	6

Ingin lebih dari orang lain	Merasa kurang	2,11		2
	Rasa bersaing terhadap orang lain	6,9		2
Jumlah		25	16	41

## 2. Skala citra diri

**Tabel 3. Skala citra diri**

Aspek	Indikator	No item		Jumlah
		Favourabel	Unvavourabel	
Aspek fisik	Merasa penampilan diri menarik	1,8,10,14	17,25	6
	Puas dengan fisik	2,9,15,18,24	26,27,32,33	9
Aspek sosial	Perbandingan sosial	3	11,16	3
	Penilaian yang tercerminkan dari orang lain	4,12	19	3
Aspek psikologis	introspeksi	5,20,21	28	4
	Proses mempersepsi diri	6,22,29,30	31	5

	Sebab akibat perilaku tersebut	7	13,23	3
	Jumlah	20	13	33

### 3. Skala komformitas

**Tabel 4. Skala komformitas**

Aspek	Indikator perilaku	No item		Jumlah
		Favourabel	Unvavourabel	
Normatif	Disukai orang lain	1,3,4,8,9	14,17,25,26	9
	Menghindari penolakan	2,10,15,16,24	27,28,29,33	9
Informasional	Menerima pendapat kelompok	5,11,13,18,19,20,23	30,31,32	10
	Kelompok menjadi benar	6,7,12	21,22,34	6
Jumlah		20	14	34

## F. Metode Analisis Data

### 1. Instrumen penelitian

#### a. Validitas

Validitas adalah suatu tes atau instrumen pengukuran sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu test dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi jika alat test tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Alat test

dikatakan memiliki validitas rendah jika data yang dihasilkan tidak relevan dengan tujuan pengukuran (Azwar, 2011).

### 1. Validitas isi

Validitas konten oleh ahli, bertujuan untuk mengetahui kesahihan suatu tes sehingga mampu mengukur apa yang ingin diukur. Analisis validitas konten dilakukan dengan menganalisis hasil validitas konten oleh para ahli dengan menggunakan pendekatan Aiken's V. Adapun rumus untuk menghitung Aiken's V (Azwar, 2011) adalah :

$$V = \sum s / [n(c - 1)]$$

(Azwar, 2011)

Keterangan :

$s = r - l_0$

$l_0$  = Angka penilaian validitas yang terendah (dalam hal ini adalah )

$c$  = Angka validitas yang tertinggi (dalam hal ini 5)

$r$  = Angka yang diberikan oleh penilai

$n$  = Jumlah Expert

Uji validitas dalam skala perilaku konsumtif, citra diri dan komformitas adalah menggunakan uji validitas isi. Uji validitas isi pada skala menggunakan *expert judgment* yang dilakukan oleh panel ahli yang meliputi tiga dosen profesional, untuk mengetahui apakah kalimat yang digunakan pada aitem dapat dipahami dan apakah sudah mewakili aspek-aspek perilaku konsumtif, citra diri dan komformitas. Perhitungan uji validitas menggunakan formula Aiken dengan hasil skor minimal 0,6666666667 yang dibulatkan menjadi 0,66 sampai skor maksimal 1,00 aitem tersebut dapat dinyatakan valid. Berikut merupakan format dalam penilaian *profesional judgement*

**Tabel 5. Format penilaian**

Variabel		Aitem			Nilai				
Indikator	No	F/UF	Pernyataan		1	2	3	4	5

Peneliti meminta respon para ahli expert judgment untuk menyatakan jawaban terhadap pernyataan dalam lima kategori jawaban berikut :

1. = Sangat Tidak Relevan
2. = Tidak Relevan
3. = Cukup
4. = Relevan
5. = Sangat Relevan

## 2. Validitas Aitem

Validitas aitem ialah memilih aitem dengan menggunakan hasil komputasi korelasi antara skor aitem dan skor total skala menghasilkan informasi mengenai kemampuan aitem dalam membedakan individu satu dengan yang lain (daya diskriminasi aitem) sesuai dengan atribut yang diukur oleh skala. Daya diskriminasi aitem adalah sejauh mana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur.

Pengujian daya diskriminasi aitem dilakukan dengan komputasi koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan suatu kriteria yang relevan, yaitu distribusi skor skala itu sendiri. Komputasi ini akan menghasilkan koefisien korelasi aitem total ( $r_{ix}$ ) yang dikenal pula dengan sebutan parameter daya beda aitem. Semakin tinggi koefisien korelasi positif antara skor aitem dengan skor skala berarti semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti makin tinggi daya bedanya. Bila koefisien korelasi suatu aitem rendah mendekati nol berarti aitem tersebut tidak cocok dengan fungsi ukur skala dan daya bedanya tidak baik (Azwar,2011).

Sebagai kriteria pemilihan aitem berdasarkan korelasi item-total dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Menurut sarwono (2006) apabila ditemukan  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka dinyatakan valid. Peneliti menggunakan teknik bivariate pearson (Produk Momen Pearson). Analisis ini dengan cara mengkorelasikan tiap skor item dengan skor total. Skor total ialah penjumlahan dari keseluruhan item.

Rumus korelasi Product Moment

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

Keterangan :

n = Banyaknya pasangan data variabel x dan y

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

$\Sigma x$  = Total dari jumlah variabel x

$\Sigma y$  = Total dari jumlah variabel y

$\Sigma x^2$  = Kuadrat total jumlah dari variabel x

$\Sigma y^2$  = Kuadrat total jumlah variabel y

$\Sigma xy$  = Hasil perkalian dari total jumlah dari variabel x dan total jumlah dari variabel y

#### b. Reliabilitas

Reliabilitas yaitu dimana konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur (Azwar,2008). Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empirik dapat ditunjukkan dengan nilai koefisien reliabilitas. Reliabilitas yang tinggi ditunjukkan dengan nilai  $r_{xx}$  mendekati angka 1. Reliabilitas dianggap sudah memenuhi jika  $\geq 0.700$ .

Pengujian reabilitas dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach yang ditunjukkan dengan rumus :

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1}\right)\left(1 - \frac{\Sigma \sigma_i^2}{\sigma_t^2}\right)$$

Keterangan :

$R_{11}$  = reliabilitas instrumen

$N$  = jumlah item pertanyaan yang di uji

$\Sigma\sigma_i^2$  = jumlah varians skor tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = varians total

## 2. Analisis data penelitian

Analisis data yang digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian dilakukan uji korelasi dengan menggunakan analisis korelasi berganda. Analisis korelasi berganda adalah analisis mengenai seberapa besar hubungan dua variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Penggunaan analisis korelasi berganda penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu citra diri dan komformitas dan satu variabel tergantung yaitu perilaku konsumtif.

Rumus analisis korelasi berganda adalah sebagai berikut

$$(R_{X1.X2.Y}) = \sqrt{\frac{r^2_{yx1} + r^2_{yx2} - 2r_{yx1}r_{yx2}}{1 - r^2_{x1x2}}}$$

(Hadi, 2004)

Keterangan :

$R_{yx1x2}$  : korelasi antara X1 dan X2 bersama-sama dengan Y

$R_{yx1}$  : korelasi product moment Y dengan X1

$R_{yx2}$  : korelasi product moment Y dengan X2

$R_{x1x2}$  : korelasi product moment X1 dengan X2

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Persiapan Penelitian

##### 1. Deskripsi lokasi penelitian

###### a. Sejarah pasar songgoriti

Dimasa kerajaan singgosari konon disebelah barat kerajaan tersebut kira-kira 26 km terdapat pembuatan benda pusaka yang didiami oleh seorang empu yang dikenal dengan nama Empu Supo. Di tempat itu pula akhirnya dibangun sebuah peninggalan prasejarah yaitu Candi Supo atau biasa dikenal dengan candi songgoriti yang digunakan sebagai tempat peristirahatan para raja. Di sekitar lokasi candi itu akhirnya ditebang (babat alas) untuk didirikan sebuah pemukiman. Selain Candi, Empu supo juga membuat pemandian air panas yang berasal dari air belerang yang berkhasiat untuk kulit. Keberadaan Candi Songgoriti pertama kali dicatat pada tahun 1799 oleh seorang belanda bernama Van I Jsseldijk. Nama “Songgoriti” dalam bahasa jawa kuno berarti “timbunan logam”. Banyaknya wisatawan dari luar daerah yang berkunjung ke Candi Songgoriti maupun pergi ke pemandian air panas sehingga membuat warga untuk berjualan. Seiring dengan perkembangannya sehingga pada tahun 1985 masyarakat songgoriti mendirikan pasar tempat warga berjualan oleh-oleh yang tidak jauh dari candi dan tempat pemandian.

Perkembangan pasar wisata songgoriti tidak banyak berubah karena konsep dari pasar songgoriti yang tradisional dan alami. Pada hari-hari tertentu seperti hari weekend banyak wistawan berkunjung ke pasar wisata songgoriti. Pasar songgoriti terkenal dengan pusat oleh-oleh yang dijual dengan harga murah. Banyak sekali barang dagangan yang di jual di pasar songgoriti seperti sayuran, buah, boneka, perlengkapan alat dapur, keripik, asesoris, sovenir, baju, makanan, minuman, tanaman, dan hewan (kelinci, hamster, kura-kura). Organisasi yang mengatur segala sesuatu mengenai pasar wisata songgoriti yaitu “paguyuban pasar songgoriti “. Dalam bidang pendidikan , pedagang songgoriti mayoritas pendidikannya tamatan SMA. Gaya hidup pedagang songgoriti telah maju apabila dilihat dalam penggunaan teknologi pada setiap pedagang. Sarana dan prasarana seperti jalan, kebersihan, tempat sampah, dan tempat ibadah sangat memadai dan dan kondisi baik.

## b. Visi dan Misi Pasar Wisata Songgoriti

### 1. Visi

*“Menjadikan Pasar Wisata Songgoriti sebagai bagian penggerak perekonomian Kota Batu dengan membangun dan mengembangkan pasar yang representatif dan bersaing dengan mengusung alam”*

### 2. Misi

1. Memberikan pelayanan yang unggul dalam pengelolaan pasar tradisional yang sehat, bersih, aman nyaman dan kompetitif untuk memberikan kontribusi yang optimal bagi pemerintah, masyarakat dan lingkungan.
2. Rehabilitasi/peremajaan pasar-pasar melalui APBD atau dengan pihak swasta.
3. Membangun dan atau bekerjasama dalam pengembangan pasar – pasar lingkungan yang lebih menyebar untuk keperluan :
  1. Membuka lapangan pekerjaan/wiraswasta
  2. Memenuhi kebutuhan masyarakat
  3. Memenuhi wisatawan untuk mendapatkan cindramata
  4. Pemerataan ekonomi lingkungan

### c. Kondisi Geografis dan Demografis Songgoriti

Wilayah lingkungan Songgoriti terletak di Kelurahan Songgokerto Kecamatan Batu, Kota Batu Jawa Timur 65312. Lingkungan Pasar Songgoriti merupakan salah satu lingkungan yang berada di bawah kaki gunung Banyak yang terkenal dengan keindahan alamnya dan terkenal dengan wisatanya, maka disana banyak sekali penduduknya yang menjari penghasilan dengan berdagang. Pasar wisata songgoriti terdiri dari dua lantai.

Luas wilayah lingkungan songgoriti ikut menjadi satu dengan luas kelurahan Songgokerto. Pasar Wisata Songgoriti mempunyai letak geografis yaitu antara  $7^{\circ} 51' 9,8''$  -  $7^{\circ} 52' 53,66''$  LS dan  $112^{\circ} 29' 39,8''$  -  $112^{\circ} 30' 39,8''$  BT, songgoriti mempunyai ketinggian 925 s/d 128 meter dari permukaan laut, curah hujan rata-rata pertahun 1731,98mm dengan suhu rata-rata  $21^{\circ} \text{C}$  –  $28,6^{\circ} \text{C}$ .

Pedagang di Pasar Wisata Songgoriti berjumlah 200 orang. Berdasarkan observasi lapangan, Pedagang di Pasar Wisata Songgoriti sebagian besar merupakan bukan penduduk asli songgoriti, mereka berasal dari bermacam-macam desa di kota batu seperti berasal dari desa sidomulyo, sumber sari, beji, njoso, panda, dan pujon.

## 2. Persiapan alat ukur

Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini adalah skala psikologis, yang terdiri dari skala perilaku konsumtif, skala citra diri, dan skala komformitas.

### a. Skala perilaku konsumtif

Skala perilaku konsumtif yang digunakan untuk mengungkap tingkat perilaku konsumtif subjek penelitian. Penyusunan skala perilaku konsumtif berdasarkan pada teori yang dikemukakan oleh fromm (1995) yaitu melakukan pembelian impulsive, pemborosan (*wasteful buying*), tidak bernilai kebutuhan (*Non Rational Buying*), ingin lebih dari orang lain (*satisfaction seeking*).

Skala perilaku konsumtif ini berjumlah 41 item yang terdiri atas 25 item favorabel dan 16 item unvavorabel. Distribusi skala perilaku konsumtif sebelum uji coba dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 6.

Distribusi skala perilaku konsumtif

Aspek	Indikator perilaku	No item		Jumlah
		Favorabel	Unfavourabel	
Pembelian impulsif	Keinginan sesaat	1,5,17	23,32	5
	Tanpa pertimbangan	12,3	4,18,24	5
Pemborosan	Boros	19,31,33,40	16,25,30,38,39,41	10
	Mengikuti tren	10,13,20,26	29,34	6
Tidak bernilai kebutuhan	Mencari kesenangan	8,20,27	28,35	5

	Mencari kepuasan	14,15,22,36,37	7	6
	Rasa bersaing terhadap orang lain	6,9		2
<b>Jumlah</b>		<b>25</b>	<b>16</b>	<b>41</b>

b. Skala citra diri

Skala citra diri digunakan untuk mengungkapkan tingkat citra diri subjek penelitian. Penyusunan skala berdasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Brown (1998) yaitu dunia fisik, dunia sosial, dan dunia dalam atau psikologis.

Skala citra diri ini berjumlah 33 item yang terdiri atas 20 item favorabel dan 13 item unfavorabel. Distribusi skala citra diri sebelum uji coba dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 7. Distribusi skala citra diri**

Aspek	Indikator	No item		Jumlah
		Favourabel	Unvav	
Aspek fisik	Merasa penampilan diri menarik	1,8,10,14	17,25	6
	Puas dengan fisik	2,9,15,18,24	26,27,32,33	9
Aspek sosial	Perbandingan sosial	3	11,16	3
	Penilaian yang tercerminkan dari orang lain	4,12	19	3

Aspek	Indikator	No item		jumlah
		Favourabel	Unvav	
Aspek psikologis	introspeksi	5,20,21	28	4
	Proses mempersepsi diri	6,22,29,30	31	5
	Sebab akibat berperilaku tersebut	7	13,23	3
<b>Jumlah</b>		<b>20</b>	<b>13</b>	<b>33</b>

c. Skala komformitas

Skala komformitas digunakan untuk mengungkap tingkat komformitas yang dimiliki oleh subjek penelitian. Penyusunan skala berdasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Baron & Byrne (2005) yaitu aspek normatif dan aspek informasional.

Skala komformitas ini berjumlah 34 item yang terdiri dari atas 20 item favorabel dan 14 item unfavorabel. Distribusi skala komformitas sebelum uji coba dapat dilihat pada tabel berikut

**Tabel 8. Distribusi skala komformitas**

Aspek	Indikator perilaku	No item		Jumlah
		Favourabel	Unvav	
Normatif	Disukai orang lain	1,3,4,8,9	14,17,25,26	9
	Menghindari penolakan	2,10,15,16,24	27,28,29,33	9

Informasional	Menerima pendapat kelompok	5,11,13,18,19,20,23	30,31,32	10
	Kelompok menjadi benar	6,7,12	21,22,34	6
<b>Jumlah</b>		<b>20</b>	<b>14</b>	<b>34</b>

### 3. Pelaksanaan pengujian validitas isi

Sebelum data digunakan untuk melakukan uji coba, peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian validitas isi yang dilakukan dengan cara meminta pendapat para ahli melalui penilaian *professional judgement*. Dalam pengujian ini, peneliti meminta pendapat dari tiga orang disen yaitu : Agus Iqbal Hawabi, M.Psi, Aprillia Mega Rosdiana, M.Psi, Novia Solichah, M.Psi, Psikolog

Penilaian yang berupa skala perilaku konsumtif, skala citra diri, dan skala komformitas dalam penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 29 januari 2020. Pendistribusian skala dikoordinasi oleh peneliti secara langsung dengan peneliti membagikan kuesioner ke masing- masing *professional judgement*. Sebanyak 3 eksemplar yang dibagikan pada 3 subjek, semua terkumpul dan semuanya memenuhi syarat untuk diskor dan dianalisis validitasnya.

### 4. Perhitungan Uji Validitas Isi

Hasil uji validitas isi alat ukur skala perilaku konsumtif, citra diri dan komformitas direkam dalam *spread sheet Microsoft Excell 2013 for Windows*. Setelah itu, perhitungan validitas aitem untuk skala perilaku konsumtif, citra diri, dan komformitas dilakukan dengan menggunakan *spread sheet Microsoft Excell 2013 for Windows* dengan memasukkan rumus formula Aiken's V, yaitu mencari nilai tiap item. Uji validitas isi akan menentukan aitem yang gugur dan sah sebelum melakukan uji coba.

### 1. Uji validitas isi skala perilaku konsumtif

Hasil uji validitas isi skala perilaku konsumtif dapat diketahui dari 41 item, diperoleh indeks korelasi item berkisar antara 0,75 sampai dengan 0,916. Ada 41 item valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan dengan nilai kritis 0,66. Dengan demikian, skala perilaku konsumtif ini dianggap cukup andal sebagai alat ukur penelitian. Ringkasan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 9. Hasil uji validitas isi skala perilaku konsumtif**

Skala perilaku konsumtif	Nilai Max	Nilai Min
N = 3	0,75	0,916

### 2. Uji validitas isi skala citra diri

Hasil uji validitas isi skala citra diri dapat diketahui dari 33 item, diperoleh indeks korelasi item berkisar antara 0,833 sampai dengan 0,916. Ada 33 item valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan dengan nilai kritis 0,66. Dengan demikian, skala citra diri ini dianggap cukup andal sebagai alat ukur penelitian. Ringkasan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 10  
Hasil uji validitas isi skala citra diri**

Skala perilaku konsumtif	Nilai Max	Nilai Min
N = 3	0,833	0,916

### 3. Uji validitas isi skala komformitas

Hasil uji validitas isi skala komformitas dapat diketahui dari 34 item, diperoleh indeks korelasi item berkisar antara 0,833 sampai dengan 0,916. Ada 34 item valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dengan dengan nilai kritis 0,66. Dengan demikian, skala komformitas ini dianggap cukup andal sebagai alat ukur penelitian. Ringkasan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 11  
Hasil uji validitas isi skala komformitas**

Skala perilaku konsumtif	Nilai Max	Nilai Min
N = 3	0,75	0,916

## 5. Pelaksanaan uji coba

Sebelum digunakan untuk mengambil data penelitian pada subjek penelitian, ketiga skala yang telah disusun terlebih dahulu dilakukan uji coba untuk mengetahui indeks daya beda aitem-item dari masing-masing skala dan reliabilitas dari skala tersebut. Menurut Azwar (2008), uji coba terhadap aitem skala psikologi bertujuan untuk mengetahui apakah kalimat dalam aitem mudah dan dapat dipahami oleh responden sebagaimana yang diinginkan oleh penulis aitem, dan sebagai salah satu cara praktis untuk memperoleh data dari responden yang akan digunakan untuk penskalaan atau untuk evaluasi kualitas aitem secara statistik.

Uji coba yang berupa skala perilaku konsumtif, skala citra diri, dan skala komformitas dalam penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 7 februari 2020 yang dikenakan pada pedagang wanita di pasar wisata songgoriti berjumlah 40 subjek. Pendistribusian skala dikoordinasi oleh peneliti secara langsung dengan penelitian membagikan kuesioner ke toko masing-masing pedagang. Sebanyak 160 eksemplar yang dibagikan pada 40 subjek, semua terkumpul dan semuanya memenuhi syarat untuk diskor dan dianalisis validitas dan reliabilitasnya.

## 6. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji coba alat ukur skala perilaku konsumtif, citra diri dan komformitas direkam dalam *spread sheet Microsoft Excell 2013 for Windows*. Setelah itu, perhitungan validitas aitem untuk skala perilaku konsumtif, citra diri, dan komformitas dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson, yaitu mencari korelasi antara skor aitem dengan skor total aitem. Sedangkan perhitungan reliabilitasnya dihitung dengan teknik analisis reliabilitas *Cronbach's Alpha*. Perhitungan validitas dan reliabilitas skala pada pendekatan ini menggunakan program analisis validitas dan reliabilitas butir program statistik *SPSS 16.0 for Windows*. Uji validitas akan menentukan aitem yang gugur dan sah.

### 1. Uji validitas aitem dan reliabilitas skala perilaku konsumtif

Hasil uji validitas skala perilaku konsumtif dapat diketahui dari 41 item yang di uji cobakan, diperoleh indeks korelasi item berkisar antara -0,099 sampai dengan 0,967. Ada 16 item dinyatakan tidak valid karena  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5%

dan  $N = 40$  dengan nilai kritis 0,312. Selanjutnya dari analisis korelasi item total yang telah dikoreksi, diperoleh 25 aitem sah dengan indeks korelasi aitem berkisar antara 0,397 sampai dengan 0,971. Reliabilitas skala yang ditunjukkan dengan koefisien Alpha sebesar 0,984. Dengan demikian, skala perilaku konsumtif ini dianggap cukup andal sebagai alat ukur penelitian. Ringkasan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 12**  
**Hasil uji validitas aitem dan reliabilitas skala perilaku konsumtif**

Skala perilaku konsumtif	Validitas	Reliabilitas
N = 41	-0,099 – 0,967	0,957
N = 25	0,397 – 0,971	0,984

Distribusi item skala perilaku konsumtif yang sah dan gugur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 13**

**Distribusi item sah dan item gugur skala perilaku konsumtif setelah uji coba**

Aspek	Indikator perilaku	Item sah		Item gugur		Jumlah
		Fav	Unfav	fav	Unfav	
Pembelian impulsif	Keinginan sesaat	1,17	23,	5	32	5
	Tanpa pertimbangan	3	4,18	12	24	5
Pemborosan	Boros	31,40	16,39	19,33	25,30,38,41	10
	Mengikuti tren	10,20,26	29	13	34	6
Tidak bernilai kebutuhan	Mencari kesenangan	8,21,27	35	-	28	5
	Mencari kepuasan	22,36,37	7	14,15	-	6
Ingin lebih dari orang lain	Merasa kurang	2,11	-	-	-	2

	Rasa bersaing terhadap orang lain	6	-	9	-	2
Jumlah		17	8	8	8	41

## 2. Uji validitas aitem dan reliabilitas skala citra diri

Hasil uji validitas skala citra diri dapat diketahui dari 33 item yang di uji cobakan, diperoleh indeks korelasi item berkisar antara -0,298 sampai dengan 0,924. Ada 18 item dinyatakan tidak valid karena  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dan  $N = 40$  dengan nilai kritis 0,312. Selanjutnya dari analisis korelasi item total yang telah dikoreksi, diperoleh 15 aitem sah dengan indeks korelasi aitem berkisar antara 0,324 sampai dengan 0,953. Reliabilitas skala yang ditunjukkan dengan koefisien Alpha sebesar 0,976. Dengan demikian, skala citra diri ini dianggap cukup andal sebagai alat ukur penelitian. Ringkasan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 14**  
**Hasil uji validitas dan reliabilitas skala citra diri**

Skala citra diri	Validitas	Reliabilitas
N = 33	-0,298 – 0,924	0,886
N = 15	0,324 – 0,953	0,976

Distribusi item skala citra diri yang sah dan gugur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 15**

**Distribusi item sah dan item gugur skala citra diri setelah uji coba**

Aspek	Indikator	Item sah		Item gugur		Jumlah
		Fav	Unfav	Fav	Unfav	
Aspek fisik	Merasa penampilan diri menarik	1,8,14	-	10	17,25	6
	Puas dengan fisik	2	32	9,15,18,24	26,27,33	9

Aspek sosial	Perbandingan sosial	-	11,16	3	-	3
	Penilaian yang tercerminkan dari orang lain	4	19	12	-	3
Aspek psikologis	Introspeksi	5,20	-	21	28	4
	Proses mempersepsi diri	6,22	-	29,30	31	5
	Sebab akibat berperilaku tersebut	7	13	-	23	3
	Jumlah	10	5	10	8	33

### 3. Uji validitas dan reabilitas skala komformitas

Hasil uji validitas skala komformitas dapat diketahui dari 34 item yang di uji cobakan, diperoleh indeks korelasi item berkisar antara -0,087 sampai dengan 0,930. Ada 21 item dinyatakan tidak valid karena  $r_{hitung} < r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dan  $N = 40$  dengan nilai kritis 0,312. Selanjutnya dari analisis korelasi item total yang telah dikoreksi, diperoleh 13 aitem sah dengan indeks korelasi aitem berkisar antara 0,779 sampai dengan 0,955. Reliabilitas skala yang ditunjukkan dengan koefisien Alpha sebesar 0,982. Dengan demikian, skala komformitas ini dianggap cukup andal sebagai alat ukur penelitian. Ringkasan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 16**

#### Hasil uji validitas dan reliabilitas skala komformitas

Skala komformitas	Validitas	Reliabilitas
N = 34	-0,087 – 0,930	0,887
N = 13	0,779 – 0,955	0,982

Distribusi item skala komformitas yang sah dan gugur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 17**

**Distribusi item sah dan item gugur skala komformitas setelah uji coba**

Aspek	Indikator perilaku	Item sah		Item gugur		Jumlah
		Fav	Unfav	fav	Unfav	
Normatif	Disukai orang lain	3,4	14	1,8,9	17,25,26	9
	Menghindari penolakan	2,10	28,29	15,16,24	27,33	9
Informasional	Menerima pendapat kelompok	11,18	32	5,13,19,20,23	30,31	10
	Kelompok menjadi benar	6,7	21	12	22,34	6
Jumlah		8	5	12	9	34

**7. Penyusunan alat ukur untuk penelitian dengan nomor urut baru**

Setelah dilakukan perhitungan validitas dan reliabilitas, maka langkah selanjutnya adalah menyusun alat ukur untuk penelitian. Item yang telah gugur tidak dipakai lagi dalam alat ukur untuk penelitian dan item yang sah disusun dengan nomor urut yang baru, kemudian digunakan lagi untuk pelaksanaan penelitian item skala perilaku konsumtif, citra diri dan komformitas setelah uji coba dapat dilihat pada tabel, tabel, dan tabel berikut ini.

**Tabel 18**

**Distribusi item skala perilaku konsumtif setelah uji coba**

Aspek	Indikator perilaku	No item		Jumlah
		Fav	Unfav	
Pembelian impulsif	Keinginan sesaat	1,11	16	3
	Tanpa pertimbangan	3	4,12	3

Pemborosan	Boros	10,20	24,25	4
	Mengikuti tren	8,13,17	19	4
Tidak bernilai kebutuhan	Mencari kesenangan	7,14,18	21	4
	Mencari kepuasan	6,15,22	23	4
Ingin lebih dari orang lain	Merasa kurang	2,5	-	2
	Rasa bersaing terhadap orang lain	9	-	1
Jumlah		17	8	25

**Tabel 19**

**Distribusi item skala citra diri setelah uji coba**

Aspek	Indikator	No item		Jumlah
		Fav	Unfav	
Aspek fisik	Merasa penampilan diri menarik	1,7,10	-	3
	Puas dengan fisik	2	15	2
Aspek sosial	Perbandingan sosial	-	8,11	2
	Penilaian yang tercerminkan dari orang lain	3	12	2
Aspek psikologis	introspeksi	4,13	-	2

	Proses mempersepsi diri	5,14	-	2
	Sebab akibat berperilaku tersebut	6	9	2
	Jumlah	10	5	15

Tabel 20

## Distribusi item komformitas setelah uji coba

Aspek	Indikator perilaku	No item		Jumlah
		Fav	Unfav	
Normatif	Disukai orang lain	2,3	8	3
	Menghindari penolakan	1,6	11,12	4
Informasional	Menerima pendapat kelompok	7,9	13	3
	Kelompok menjadi benar	4,5	10	3
Jumlah		8	5	13

## B. Pelaksanaan Penelitian

## 1. Penentuan Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pedagang wanita sebanyak 140 orang dengan perincian 40 orang untuk uji coba dan 97 orang untuk penelitian. Pedagang wanita yang berjualan di Pasar Wisata Songgoriti berada pada rentang usia 20-45. Alasan menggunakan subjek wanita karena wanita cenderung lebih berperilaku konsumtif dari pada laki-laki hal ini sesuai dengan pendapat Faber dan O'Guinn, dan Dittmar, (dalam Rohman dan Baidun, 2013 h: 297) menyatakan bahwa lebih dari 90% pembeli adalah wanita. Menurut Santrock (2011) usia dewasa adalah usia yang berlangsung antara usia 20-45 tahun. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *purposive*

*sampling* yaitu teknik yang memiliki kriteria berdasarkan tujuan penelitian, dalam hal ini pedagang wanita yang berjualan di Pasar Wisata Songgoriti kemudian dihitung dengan menggunakan rumus slovin yang diperoleh sampel sebesar 97 subjek.

## 2. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 7 Maret 2020, skala perilaku konsumtif (Y), skala citra diri (X1), dan skala komformitas (X2) diberikan secara langsung kepada masing-masing subjek. Sebelum mengisi skala, peneliti menerangkan tentang cara pengisian dengan alasan agar subjek tidak keliru dalam mengisi skala. Pemberian skala dilakukan langsung oleh penelitian di toko masing-masing tempat mereka berjualan. Waktu yang dibutuhkan untuk mengisi masing-masing skala sekitar 10-15 menit. Dari 97 ekspemplar yang dibagikan pada subjek, seluruhnya terkumpul dan semuanya memenuhi syarat untuk dianalisis. Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan skoring.

## 3. Pelaksanaan skoring

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah memberikan skor pada hasil pengisian skala untuk keperluan analisis data. Skor untuk masing- masing skala bergerak dari 1-4 dengan memperhatikan sifat item favorabel (mendukung) dan unfavorabel (tidak mendukung). Distribusi skor subjek terlihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 21**

**Distribusi skor skala**

pilihan jawaban	Bentuk pertanyaan	
	Favorabel	unfavorabel
Sangat Setuju (SS)	4	1
Setuju (S)	3	2
Tidak Setuju (TS)	2	3
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	4

Kemudian skor yang diperoleh dari subjek penelitian dijumlah untuk masing-masing skala. Total skor skala yang diperoleh dari subjek penelitian ini akan dipakai dalam analisis data.

## C. Analisis Data

### 1. Hasil uji asumsi

#### a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dari setiap variabel penelitian terdistribusi normal atau tidak. Data yang layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal (Nugroho, 2005). Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dan dianalisis menggunakan program *SPSS 16.0 for windows*, hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 22

#### Hasil Uji Normalitas

Variabel	K-S-Z	Asym. Sig (2-tailed)	Keterangan
Perilaku konsumtif	0,850	0,200 ( $p > 0,05$ )	Distribusi Normal
Citra diri	0,931	0,213 ( $p > 0,05$ )	Distribusi Normal
Komformitas	0,987	0,284 ( $p > 0,05$ )	Distribusi Normal

Dari tabel uji normalitas dapat dilihat bahwa *Asymptotic Significance* dua sisi ketiga variabel penelitian memiliki probabilitas di atas 0,05. Ini berarti data dari variabel perilaku konsumtif, citra diri, dan komformitas terdistribusi normal.

#### b. Uji linieritas

Uji linieritas hubungan ini dilakukan untuk melihat adanya linieritas hubungan antara variabel bebas dan variabel tergantung yang dilakukan dalam penelitian. Hasil uji linieritas dianalisis menggunakan program *SPSS 16.0 for Windows*. Berdasarkan uji linieritas dengan menggunakan metode polinomial dan dianalisis menggunakan program *SPSS 16.0 for window* didapat hasil bahwa hubungan antara citra diri dengan perilaku konsumtif adalah linier. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian  $F_{hitung}$  pada bagian *deviation* = 0,880 dan nilai  $F_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 0,05 = 3,09 atau dikatakan  $F_{hitung} < F_{tabel}$ . Sedangkan nilai probabilitas adalah sebesar  $0,508 > 0,05$ .

Hubungan antara komformitas dengan perilaku konsumtif adalah linier. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian  $F_{hitung}$  pada bagian *deviation* = 1,01 dan nilai  $F_{tabel}$

dengan signifikansi  $0,05 = 3,09$  atau dikatakan  $F_{hitung} < F_{tabel}$ . Sedangkan nilai nilai probabilitas adalah sebesar  $0,446 > 0,05$ . Maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas dengan variabel tergantung terdapat hubungan yang linier. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 23**

**Hasil Uji Linieritas**

Variabel	F <sub>beda</sub>	P	Keterangan
Citra diri dengan perilaku konsumtif	0,880	0,508	Linier
Komformitas dengan perilaku konsumtif	1,01	0,446	Linier

c. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas citra diri dengan komformitas pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Nugroho, 2005). Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance tidak kurang dari 0,10, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas.

Dari hasil uji multikolinieritas pada bagaian *Coefficients* yang dianalisis menggunakan program *SPSS 6.0 for Windows*, terlihat angka VIF (*Variane Inflation Factor*) sebesar 1,036 untuk variabel citra diri dan 1,036 untuk variabel komformitas. Sedangkan nilai *tolerance* sebesar 0,965 untuk citra diri dan komformitas. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah jika nilai VIF dan *Tolerance* berada disekitar angka 1. Karena VIF dan *Tolerance* pada variabel citra diri dan komformitas berada di sekitar angka 1, berarti tidak terjadi multikolinieritas antara citra diri dan komformitas. Tidak adanya korelasi antara citra diri dan komformitas ditunjukkan oleh besarnya korelasi antara citra diri dan komformitas sebesar -0,186 (kurang dari 0,0500). Hal ini berarti antara variabel bebas citra diri dan komformitas dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, atau dapat dikatakan pula bahwa citra diri dan komformitas *independent*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel di bawah in :

**Tabel 24****Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel	Tolerance	VIF	Interpretasi
Citra diri	0,965	1,036	Tidak terjadi multikolinieritas
Komformitas	0,965	1,036	Tidak terjadi multikolinieritas

## d. Uji autokorelasi

Pengujian autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (Nugroho, 2005). Cara mudah mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson. Model regresi linier berganda terbebas dari autokorelasi jika nilai Durbin Watson hitung terletak di daerah No Autokorelasi. Selanjutnya penelitian dikatakan bebas dari autokorelasi apabila nilai DW berada diantara  $du$  dan  $4-du$ . Pengujian autokorelasi dilakukan dengan alat bantu uji *SPSS 16.0 for Windows*. Hasil pengujian autokorelasi disajikan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 25****Hasil Uji Autokorelasi**

Variabel	Du	DW	4-du	Du < DW < 4-du $\alpha = 0,05$
Dep : Perilaku Konsumtif Indep : Citra diri Komformitas	1,711	1,733	2,289	Terpenuhi

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Hal ini dapat dilihat dari nilai Durbin Watson (DW) sebesar 1,733 yang kemudian nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel taraf signifikansi 5% dimana jumlah sampel sebanyak 97 dan jumlah variabel bebas = 2. Dengan melihat Durbin Watson sebesar 1,733 lebih besar dari batas atas ( $du$ ) 1,711 dan kurang dari  $4-du$  sebesar 2,289 maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

e. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu membandingkan nilai probabilitas signifikansi hasil regresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas dengan nilai  $\alpha$  nya. Kriteria yang bebas dari masalah heteroskedastisitas adalah jika nilai probabilitas signifikansi hasil regresi nilai absolut residual lebih besar dari  $\alpha$ . Pengujian dilakukan dengan menggunakan alat bantu statistik *SPSS 16.0 for Windows*. Hasil uji heteroskedastisitas terlihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 26. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.548	5.267		.841	.399
	Citradiri	.112	.084	.119	.332	.633
	komformitas	.469	.086	.488	.451	.597

Berdasarkan hasil perhitungan heteroskedastisitas yang ditunjukkan pada tabel diatas, menunjukkan tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel tergantung nilai Absolut Ut (AbsUt). Hal ini ditunjukkan dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% yaitu  $0,633 > 0,05$  untuk variabel citra diri dan  $0,597 > 0,05$  untuk variabel komformitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam pengujian ini.

## 2. hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis korelasi berganda. Penggunaan korelasi berganda untuk menguji antara satu variabel tergantung yaitu perilaku konsumtif dengan dua variabel bebas yaitu citra diri dan komformitas, serta untuk memprediksi seberapa besar hubungan variabel-variabel citra diri dan

komformitas terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan teknik *Statistic Parametric Multiple Correlation* dan dianalisis dengan menggunakan program *SPSS 16.0 for Windows* sebagai berikut :

**Tabel 27**

**Korelasi Variabel Bebas dengan Varibel Tergantung**

		Citradiri	komformitas	konsumtif
Citradiri	Pearson Correlation	1	-.186	-.210*
	Sig. (2-tailed)		.068	.039
	N	97	97	97
Komformitas	Pearson Correlation	-.186	1	.510**
	Sig. (2-tailed)	.068		.000
	N	97	97	97
Konsumtif	Pearson Correlation	-.210*	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.039	.000	
	N	97	97	97

Pada tabel korelasi dapat dilihat hasil koefisien korelasi antara citra diri dengan perilaku konsumtif adalah -0,210. Hal ini menunjukkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara citra diri dengan perilaku konsumtif. Semakin rendah citra diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin tinggi citra diri maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan diterima.

Hasil koefisien korelasi antara komformitas dengan perilaku konsumtif adalah 0,510. Hal ini menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara komformitas dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi komformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin rendah komformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan diterima.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan teknik analisis korelasi berganda diperoleh nilai  $R = 0,523$  dan dari uji ANOVA atau F-tes menunjukkan  $p\text{-value } 0,00 < 0,05$

artinya signifikan. Sedangkan  $F_{hitung}$  sebesar  $17,710 > F_{tabel}$  3,09, artinya signifikan. Oleh karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka model korelasi ini dapat dipakai untuk memprediksi perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Artinya, citra diri dan komformitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan diterima, yaitu ada hubungan signifikan secara statistik antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita.

Melalui metode *multiple correlation* diperoleh koefisien determinasi yang menunjukkan nilai  $R^2$  (R square) sebesar 0,274. Artinya, citra diri dan komformitas memberi sumbangan sebesar 27,4% terhadap perilaku konsumtif.

### 3. hasil analisis deskriptif

Dari skor kasar skala perilaku konsumtif, skala citra diri, dan skala komformitas diperoleh hasil statistik deskriptif subjek penelitian. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum mengenai kondisi citra diri, komformitas, dan perilaku konsumtif pada subjek yang diteliti. Ketiga skala ini akan dikategorisasikan untuk mengetahui tinggi rendahnya nilai subjek. Kategorisasi yang digunakan adalah kategorisasi jenjang berdasarkan pada model distribusi normal. Tujuan kategorisasi ini adalah menempatkan subjek ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar,2008).

#### a. Skala perilaku konsumtif

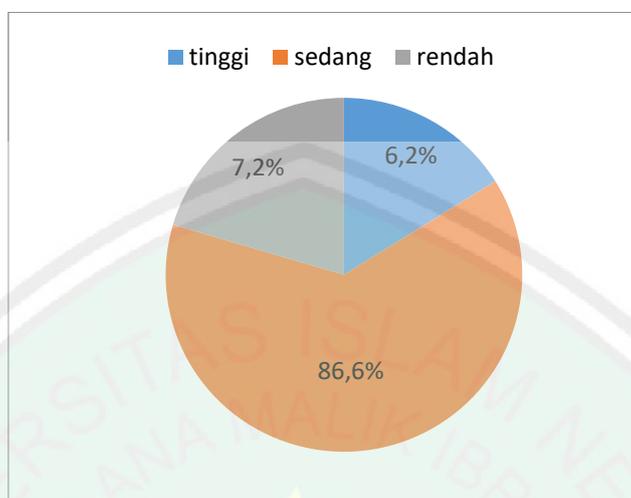
Skor minimal subjek adalah  $25 \times 1 = 25$  dan skor maksimal yang diperoleh adalah  $25 \times 4 = 100$ , range atau jangkauan yang diperoleh adalah  $100 - 25 = 75$  dan setiap satuan deviasi standarnya bernilai  $75 : 6 = 12,5$ , sedangkan rerata hipotetiknya adalah  $(25 + 100) / 2 = 62,5$ . Apabila subjek digolongkan menjadi 3 kategorisasi, maka akan di dapat kategorisasi serta distribusi skor subjek seperti tabel berikut ini.

**Tabel 28**

#### **Kriteria kategori skala perilaku konsumtif dan distribusi skor subjek**

Standar deviasi	Skor	kategorisasi	subjek	
			frek ( $\Sigma$ )	presentase
$X < M - ISD$	$X < 50$	Rendah	6	6,2%
$M - ISD \leq X < M + ISD$	$50 \leq X < 75$	Sedang	84	86,6%

$M+1SD \leq X$	$75 \leq X$	Tinggi	7	7,2%
Jumlah			97	100%



Berdasarkan kategoresasi skala perilaku konsumtif seperti terlihat pada tabel di atas, secara umum perilaku konsumtif subjek berada pada kategori sedang.

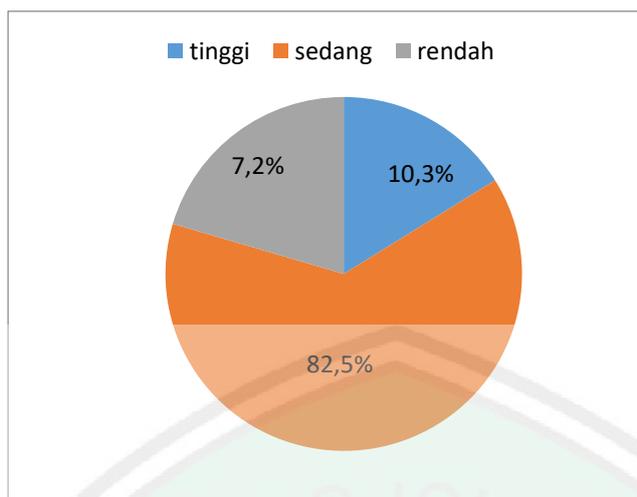
b. Skala citra diri

Skor minimal subjek adalah  $15 \times 1 = 15$  dan skor maksimal yang diperoleh adalah  $15 \times 4 = 60$ , range atau jangkauan yang diperoleh adalah  $60 - 15 = 45$  dan setiap satuan deviasi standarnya bernilai  $45 : 6 = 7,5$ , sedangkan rerata hipotetiknya adalah  $(60 + 15) / 2 = 37,5$ . Apabila subjek digolongkan menjadi 3 kategoresasi, maka akan di dapat kategoresasi serta distribusi skor subjek seperti tabel berikut ini :

**Tabel 29**

**Kriteria kategori skala citra diri dan distribusi skor subjek**

Standar deviasi	Skor	kategoresasi	subjek	
			frek ( $\Sigma$ )	presentase
$X < M - ISD$	$X < 30$	Rendah	7	10,3%
$M - ISD \leq X < M = ISD$	$30 \leq X < 45$	Sedang	80	82,5%
$M + 1SD \leq X$	$45 \leq X$	Tinggi	10	7,2%
Jumlah			97	100%



Berdasarkan kategoresasi skala citra diri seperti terlihat pada tabel di atas, secara umum citra diri subjek berada pada kategori sedang.

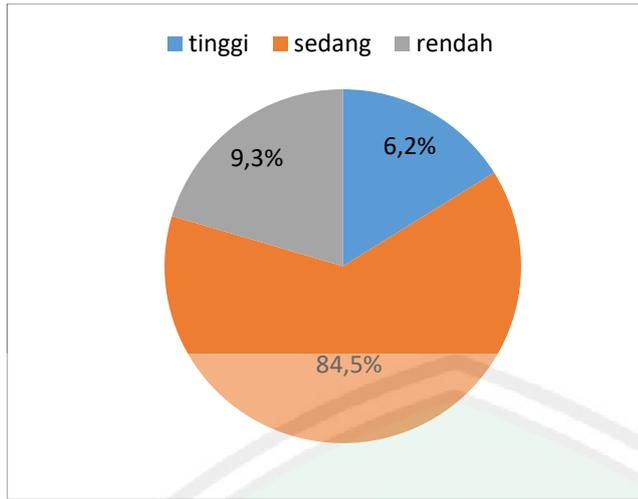
c. Skala komformitas

Skor minimal subjek adalah  $13 \times 1 = 13$  dan skor maksimal yang diperoleh adalah  $13 \times 4 = 52$ , range atau jangkauan yang diperoleh adalah  $52 - 13 = 39$  dan setiap satuan deviasi standarnya bernilai  $39 : 6 = 6,5$ , sedangkan rerata hipotetiknya adalah  $(52 + 13) / 2 = 32,5$ . Apabila subjek digolongkan menjadi 3 kategoresasi, maka akan di dapat kategoresasi serta distribusi skor subjek seperti tabel berikut ini :

**Tabel 30**

**Kriteria kategori skala citra diri dan distribusi skor subjek**

Standar deviasi	Skor	kategoresasi	subjek	
			frek ( $\Sigma$ )	presentase
$X < M - 1SD$	$X < 26$	Rendah	6	6,2%
$M - 1SD \leq X < M = 1SD$	$26 \leq X < 39$	Sedang	82	84,5%
$M + 1SD \leq X$	$39 \leq X$	Tinggi	9	9,3%
Jumlah			97	100%



Berdasarkan kateogresasi skala komformitas seperti terlihat pada tabel di atas, secara umum komformitas subjek berada pada kategori sedang.



#### D. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diketahui terdapat hubungan yang signifikan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Hal ini berarti variabel citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif dapat dijadikan prediktor untuk memprediksi atau mengukur perilaku konsumtif pada pedagang wanita.

Brown (1998) menyatakan bahwa citra diri yaitu suatu keinginan yang ditampakkan yang terdapat pada pikiran individu. citra diri sering kali berkaitan dengan sesuatu yang dapat terlihat dan diamati. Pada penelitian ini menunjukkan bahwa antara citra diri dan perilaku konsumtif menunjukkan hasil  $-0,210$  (dengan  $p < 0,05$ ), hal ini berarti terdapat korelasi negatif yang signifikan. Semakin rendah citra diri seseorang maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada pedagang wanita, dan sebaliknya semakin tinggi citra diri seseorang maka semakin rendah perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Seseorang dikatakan memiliki citra diri positif menurut Brown (1998) yaitu individu yang memiliki rasa percaya akan dirinya yang kuat, berorientasi untuk menentukan sasaran hidup, terorganisir dengan baik dan efisien, bersikap mampu akan dirinya, memiliki kepribadian yang optimis dan menyenangkan, serta mampu mengendalikan diri. Seseorang sering kali meningkatkan citra diri dengan cara menutupi kekurangan yang ada pada individu dengan membeli suatu barang salah satunya yaitu pakaian dan aksesoris, apalagi wanita karena wanita menurut Amriani, Manda, dkk (2015) adalah individu yang yang dikenal dengan sifat yang lemah lembut, rapi dalam berpenampilan. Bagi kaum hawa cantik merupakan suatu yang diidam-idamkan, sehingga sering kali wanita membeli barang yang dapat meningkatkan dirinya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sears, Freedman, dan Peplau (1991) citra diri berpengaruh pada perilaku membeli. Wanita dengan citra diri yang rendah akan membeli barang-barang yang dapat meningkatkan dan menunjang citra dirinya. Hal ini akan mendorong wanita untuk berperilaku konsumtif. Sependapat dengan Rasimin (dalam Hidayati, 2001) menyatakan bahawa seseorang menjadi konsumtif karena adanya *inferiority complex*, yaitu perasaan kecil dan rendah diri. Untuk menutupi hal tersebut mereka cenderung membeli barang yang mempunyai arti simbolik sehingga dapat meningkatkan citra dirinya.

Harter (dalam Santrock, 2011) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara penampilan diri dengan citra diri. Berkaitan dengan perilaku konsumtifnya, pedagang wanita yang memiliki citra diri tinggi dapat mengontrol perilaku tersebut karena tidak harus memikirkan pemakaian barang-barang yang dapat meningkatkan citra dirinya. Sebaliknya, wanita yang memiliki citra diri rendah, akan memikirkan pemakaian barang-barang yang dapat meningkatkan citra dirinya sehingga mereka cenderung berperilaku konsumtif. Hal ini juga diperkuat oleh Tiara (Hidayati, 2001) bahwa kecenderungan memiliki suatu produk biasanya terlihat pada orang yang memiliki rasa percaya diri dan citra diri yang rendah.

Hasil kategoresasi subjek penelitian data penelitian menunjukkan tingkat citra diri secara umum berada pada kategori sedang (82,5%) dan tingkat perilaku konsumtif subjek penelitian paling banyak berada pada kategoresasi sedang (86,6%). Tambunan (2001) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi citra diri adalah hubungan dengan orang lain terutama *significant others* seperti keluarga, saudara, dan teman dekat.

Teman dekat menjadi struktur sosial yang penting karena interaksi antar teman terjadi. Di dalam setiap berinteraksi dengan teman seseorang menginginkan diterima, dihargai, dianggap keberadaanya yang pada akhirnya membuat dirinya untuk lebih dapat menyesuaikan dan meningkatkan dirinya sendiri salah satu cara yaitu dengan penampilan. Karena adanya keinginan penerimaan dan pengakuan dari teman maka individu berusaha mengembangkan citra diri, karena dengan citra diri yang positif maka individu akan lebih percaya dan menghargai dengan dirinya sendiri tanpa perlu membandingkan dirinya dengan orang lain. Contoh dari kenyataan ini dapat dilihat dari subjek penelitian yang diambil dari pedagang wanita di pasar wisata songgoriti dimana di dalam lingkungan pasar, selain barang dagangan yang dijual penampilan merupakan salah satu faktor yang dapat menarik perhatian pembeli menurut ricky (2015) penampilan merupakan kesan mutlak yang sangat dinilai, serta penting bagi para pengusaha. Berdasarkan salah satu pedagang menyatakan bahwa penampilan merupakan salah satu yang penting dan sangat diperhatikan sebelum berangkat bekerja karena dengan penampilan dan busana yang rapi dan bersih dapat membuat seseorang menjadi lebih meningkatkan citra diri apalagi para pedagang di pasar wisata songgoriti tiap harinya bertemu dengan orang yang berbeda sehingga mereka berkeinginan untuk memberikan kesan yang bagus pada pembelinya. Berkaitan dengan perilaku konsumtif

salah satu cara untuk meningkatkan penampilan 78% pedagang wanita dipasar wisata songgoriti membeli pakaian dengan cara hutang dan sistem membayarnya yaitu pada hari weekend sabtu atau minggu alasanya mereka membayar pada hari weekend yaitu karena pendapat lebih banyak dibandingkan hari biasa. Berdasarkan wawancara salah satu pedagang, pada hari weekend banyak sekali pengeluaran yang harus dikeluarkan salah satunya yaitu pengeluaran untuk membayar pakaian yang mereka ambil dengan cara hutang tersebut. Karena dengan memiliki pakaian yang bagus dan trending dapat meningkatkan citra diri mereka sehingga mereka lebih percaya diri untuk memulai kegiatan yaitu berjualan.

Fromm (1995) menyatakan bahwa selain citra diri faktor yang dapat mempengaruhi individu berperilaku konsumtif adalah komformitas. Baron & Byrne (2005), komformitas adalah perubahan perilaku yang dilakukan oleh individu agar sesuai dengan norma yang ada dalam kelompok sosial tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa pedagang wanita di pasar wisata songgoriti memiliki tingkat komformitas dalam kategori sedang dengan presentase 84,5%, hal ini menunjukkan bahwa para pedagang wanita di pasar wisata songgoriti cukup memiliki rasa agar dapat diterima di kelompok serta menjadikan kelompok sebagai sumber informasi. Menurut Santrock (2011) komformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka apalagi wanita, karena pada dasarnya wanita lebih ingin menjaga keharmonisan dengan teman kelompoknya oleh karena itu mereka tidak ingin terlihat berbeda dengan temannya sehingga mereka akan berusaha untuk membeli barang yang sama dengan kelompoknya. Berdasarkan penelitian yang dilakukan bahwa wanita di pedagang pasar wisata songgoriti memiliki gaya berpakaian yang sama satu dengan yang lainnya, seperti model sepatu dan pakaian yang dikenakan memiliki kesamaan meskipun dengan warna yang berbeda hal ini menunjukkan bahwa pedagang wanita di pasar wisata songgoriti cukup komformitas, bahkan apabila terdapat individu yang belum memiliki model pakaian yang sama maka individu lain akan memberikan pendapat dan dorongan untuk membeli model pakaian yang sama juga, bahkan mereka tidak merasakan keberatan apabila disuruh untuk membelikan. Ditambah lagi para pedagang wanita di pasar wisata songgoriti hampir tiap hari bertemu, karena hal ini membuat mereka secara tidak langsung akan memiliki kecenderungan yang sama dalam hal opini, sikap, tindakan dan persepsi sehingga

menstimulasi terjadinya perilaku komformitas. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat konsumtif seseorang adalah keseragaman kelompok. Menurut Baron dan Byrne (2005) Dalam suatu kelompok keseragaman kelompok adalah suatu usaha individu agar sama dan menyesuaikan diri agar sesuai dengan kelompoknya. Seseorang yang berbeda dengan kelompoknya akan merasa tidak enak dan tertekan karena berbeda sehingga mereka akan mengikuti dan menyesuaikan dengan kelompok tersebut. Menurut Santrock (2007) mengungkapkan bahwa kekuatan dari pengaruh komformitas dapat teramati dalam hampir semua dimensi perilaku seperti pilihan pakaian, bahasa, aksesoris, sepatu, tas. Khususnya dalam hal berpakaian, model yang menjadi tren berpakaian dalam suatu kelompok maka hampir keseluruhan kelompok akan memiliki model pakaian tersebut. Berdasarkan hasil wawancara 90% pedagang wanita di pasar wisata songgoriti memiliki pakaian yang sama salah satunya yaitu pakaian syar'i. Karena adanya perilaku komformitas, maka seseorang tersebut cenderung mengikuti perilaku konsumtif dari kelompoknya.

Hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis berganda menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil ini ditunjukkan nilai R sebesar 0,523 dan dari uji ANOVA atau F-tes sebesar 17,710 menunjukkan *p-value* lebih kecil dari taraf signifikansi. Maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Artinya, citra diri dan komformitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara citra diri dan komformitas dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita dapat diterima.

Hasil yang diperoleh dari uji hipotesis menunjukkan  $R^2$  (R square) adalah 0,274. Hal ini berarti sumbangan efektif citra dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita sebesar 27,4%. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsistensi variabel perilaku konsumtif pada pedagang wanita sebesar 27,4% dapat diprediksi oleh citra diri dan komformitas, sedangkan 72,6% ditentukan oleh faktor-faktor lain. Faktor-faktor lain yang memiliki kontribusi pada perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga, motivasi, persepsi, sikap, pekerjaan, keadaan ekonomi, dan gaya hidup (Kotler, 2000)



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara komformitas dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai korelasi  $r_{xly} = 0,510$  dan  $r_{tabel} = 0,199$  dengan taraf signifikansi 5%, yang berarti semakin tinggi tingkat komformitas seseorang maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada pedagang wanita.
2. Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara citra diri dengan perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Hal ini dibuktikan dengan diperolehnya nilai korelasi  $r_{xly} = -0,210$  dan  $r_{tabel} = 0,199$  dengan taraf signifikansi 5%, yang berarti semakin rendah tingkat citra diri seseorang maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada pedagang wanita.
3. Terdapat hubungan yang signifikan antara citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil analisis menggunakan teknik analisis regresi berganda dan diperoleh nilai  $R = 0,523$  dan  $F_{regresi} = 17,710 >$  dari  $F_{tabel} 3,09$  dengan taraf signifikansi 5%.
4. Perilaku konsumtif pada subjek penelitian menunjukkan perilaku yang tergolong sedang (mean = 62,5) komformitas tergolong sedang (mean = 32,5) dan citra diri tergolong sedang (mean = 37,5).
5. Sumbangan relatif citra diri dan komformitas terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar 27,4% hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) SEBESAR 0,274 sehingga terdapat 72,6% faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada pedagang wanita.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

### 1. Bagi Pedagang wanita

Bagi pedagang wanita disarankan untuk mempertahankan dan tetap mengontrol perilaku membeli yang tidak berguna dan berlebihan agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Cara yang dapat dilakukan yaitu dengan mempertahankan citra diri yang baik tidak membandingkan diri sendiri pada orang lain agar lebih bangga dan cinta pada diri sendiri. Menerima diri dari kelebihan dan kekurangan yang dapat dikembangkan dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan diri. Lebih memfokuskan pada tujuan-tujuan yang penting seperti bekerja untuk mencari uang.

### 2. Bagi peneliti lain.

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, disarankan untuk mencermati faktor-faktor lain yang diduga turut berperan dan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada pedagang wanita. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga, motivasi, persepsi, sikap, pekerjaan, keadaan ekonomi, dan gaya hidup.

### C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan hanya terbatas pada citra diri dan komformitas, sedangkan masih banyak faktor-faktor yang turut berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif pada seseorang. Faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga, motivasi, persepsi, sikap, pekerjaan, keadaan ekonomi, dan gaya hidup. Selain itu, penelitian ini hanya terbatas pada subjek pedagang wanita saja.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, G. (2006). *Hubungan Antara Komformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMA Negeri 1 Semarang. Skripsi*. Semarang : Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang.
- Ashar Sunyoto Munandar. (2004). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI Press
- Astuti, ED. (2013). *Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda*. Ejournal Psikologi 1() : 148-156. Psikologi. Fakultas Rumpun Ilmu Sosial dan Humaniora.
- Azwar, S. 2008. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Baron, R, A., & Byrne, D. 2005. *Psikologi Sosial Jilid 2 Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga.
- Baron, R. A & Bryne, D. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 1* (penerjemah : Djuwita, R, dkk). Jakarta : Erlangga.
- Branden, N. 2001. *Kiat Jitu Meningkatkan Harga Diri*. Jakarta : Delaprasata
- Chaplin, J. P. 2004. *Kamus Lengkap Psikologi* (penerjemah : Kartini, K). Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Christi, L. 2019. *Asertif*. <http://www.kompas.com>
- Engel, J. F: Blackwell, R. D: Miniard, P. W. 1994. *Perilaku Konsumen* (penerjemah Budiyanto). Jakarta : Binarupa Aksara
- Fromm. E. (1995). *Masyarakat Yang Sehat*. Terj. Sutrisno. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia
- Ghozali, I. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi, S. 2004. *Metodologi Research Jilid 1*. Yogyakarta : Andi
- Hadi, S. 2004. *Statistika*. Yogyakarta : Andi
- Hotpascaman, S. (2008). *Hubungan perilaku konsumtif dengan konformitas pada remaja. Skripsi*: Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara.
- Hudaniah & Dayakisni, T. 2003. *Psikologi Sosial*. Malang : UMM Press
- Hurlock, E. B. 2003. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (penerjemah : Wadana, J). Jakarta : Erlangga
- Hurlock, E. B. 2004. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (penerjemah : Wasana, J). Jakarta : Erlangga
- Junita, N. (2014, 19 Desember). *Belanja online produk fashion yang paling dicari. Antara*. Diakses dari: <http://lifestyle.bisnis.com/read/201912ac19/220/384480/belanja-onlineproduk-fashion-paling-dicari>.
- Koentjoro & Nina Fitriani. (2009). *Keranjingan berbelanja pada wanita bekerja*. 7 (1). *Fenomena*: 48-47 ISSN 1693-4296

- Kotler, P. 1994. *Manajemen Pemasaran : analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian* (penerjemah : Wasana, J). Jakarta : Erlangga
- Lina & Rosyid. 1997. *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja*. Jurnal Psikologika No.4 Tahun II 1997.
- Monks, F. J: Knoers, A. M: Haditomo, S. R. 2004. *Psikologi Perkembangan : pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta : UGM Press
- Mowen J. C., & Minor, M. (2002). *Prilaku konsumen* (edisi 5.). Jakarta: Erlangga.
- Myres, D.G. 2012. *Psikologi Sosial Edisi 10*. Jakarta : Salemba Humanika
- Nugroho, B. A. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Andi : Yogyakarta
- Papalia, D, E: Old, S. W: Feldman, R. D. 2008. *Human Development* (Penerjemah : Anwar, A.K). Kencana Prenada Media Group : Jakarta
- Park, Jung Kun & Yun Jung Lee. (2005). *The mediating role of consumer conformity in E compulsive buying*. Purdue University, USA.
- Prabu, A.M. 2009. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. Refika Aditama
- Prakoso, S. 2003. *Membangun Citra Diri*. Jakarta: Indo Persada
- Prasastya, A. K. (2011). *Hubungan citra diri dengan intensi membeli pakaian bermerek pada remaja*. Skripsi. Program Sarjana Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sabirin, E. 2005. Kenapa Kita Doyan Belanja. <http://www.kompas.com?kompas-cetak/0508/muda/2000305.htm> diakses 28 desember 2019
- Santock, J.W. 2011. *Adolescence : Perkembangan Remaja* (penerjemah Adelar, S.B: saragih, S.). Jakarta : Erlangga.
- Sarwono, J. 2006. *Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS*. Yogyakarta : Andi
- Sarwono, S. W. 1984. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta : Rajawali
- Sarwono, S. W. 1999. *Psikologi Sosial : Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku konsumen* (edisi 7.). Jakarta: PT Indeks.
- Sears, O: Freedman, L: Peplau, A. 1991. *Psikologi Sosial 2* (penerjemah : Ardyanto, M). Jakarta : Erlangga
- Stanton, W. J. 1993. *Prinsip Pemasaran* (penerjemah : Lamarto, Y). Jakarta : Erlangga
- Sudjana. 2002. *Metode Statistika*. Bandung : Tarsito
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung : Alfabeta
- Suharsimi Arikunto. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi V*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Surya, F. A. 1999. *Perbedaan Tingkat Konformitas Ditinjau Dari Gaya Hidup Pada Remaja*. Jurnal Psikologika No 7. Th III. Hal. 64-72.

- Suyasa, P & Fransisca. 2005. *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaranan*. *Phronesis*, Vol.7, No.2, 172-198
- Tambunan, R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com> diakses 27 April 2019.
- Tanujaya, R. (2012). *Analisis perilaku belanja pada mahasiswa Undip di kawasan Tembalang Kota Semarang*. *Skripsi*. Program Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Triyaningsih, S.L. 2011. *Dampak Online Marketing Melalui Facebook Terhadap Perilaku Konsumtif Masyarakat*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*.
- Ujang Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Widiastuti, R. 2003. *Konsumerisme Vs Konsumtivisme*. <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0303/17/swara/179355.htm> diakses 8 november 2019
- Zebua, A.S & Nurdjayadi, R.D. 2001. *Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. *Phronesis*, Volume 3, No 6. Hal 72-82.



# Lampiran



## Lampiran Bukti Konsultasi Skripsi

### BUKTI KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Ria Vinola Ivani Safitri

NIM/Jurusan : 16410131

Pembimbing : Dr. Iin Tri Rahayu, M.si

Judul : **Hubungan Antara Citra Diri dan Komformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Pedagang Wanita Di Pasar Wisata Songgoriti**

No	Tanggal	Hal yang Dikonsultasikan	TTD
1.	9, Oktober 2019	Konsultasi Judul	
2.	17, Oktober 2019	Konsultasi Bab I,II,III	
3.	6, November 2019	Revisi Bab I,II,III	
4.	14, November 2019	Revisi Bab I.II.III	
5.	9, Desember 2019	Seminar Proposal	
6	20, Desember 2019	Seminar Proposal Susulan	
7.	20, Januari 2020	Konsultasi Skala	
8.	5, Maret 2020	Konsultasi Hasil Penelitian	
9.	12, Maret 2020	Konsultasi Hasil Penelitian	

Malang, 20 April 2020

Mengetahui

Dosen Pembimbing

# LAMPIRAN A

## A.SKALA PENELITIAN DAN PENILAIAN VALIDITAS ISI

## B.SKALA PENELITIAN SEBELUM UJI

1. Skala Perilaku Konsumtif
2. Skala Komformitas
3. Skala Harga Diri

## A. Skala Penelitian Dan Penilaian Validitas Isi

### FORM PENILAIAN *Skala Perilaku Konsumtif*

Variabel		Aitem			Nilai				
aspek	Indikator	No	F/ UF	Pernyataan	1	2	3	4	5
1. Pembelian impulsif	a. Keinginan sesaat	1	F	1. Saya akan langsung memasukkan barang yang terlihat menarik ke dalam keranjang belanjaan.					
		5	F	2. Saya mudah tertarik membeli barang yang ditawarkan oleh sales.					
		17	F	3. Saya membeli produk karena terlihat didepan toko sangat bagus.					
		23	UF	4. Meskipun tertarik, saya tidak langsung membeli suatu barang.					
	b. Tanpa Pertimbangan	32	UF	5. Pada dasarnya saya sulit terpengaruh untuk membeli barang yang tidak perlu.					
		12	F	6. Saya akan membeli barang karena bujukan teman.					
		3	F	7. Saya mudah terpengaruh jika teman saya menawarkan suatu produk.					
		18	UF	8. Saya akan berpikir berulang kali sebelum saya memutuskan untuk membeli.					
		24	UF	9. Ketika membeli barang, saya selalu memikirkan manfaat barang tersebut.					
		4	UF	10. Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu barang yang akan saya beli.					
2. Pemborosan	a. Boros	31	F	11. Saya akan membeli lebih dari satu pakaian dengan model yang sama tetapi warna berbeda.					

		33	F	12. Saya akan meniru apa-apa yang dibeli teman saya.					
		19	F	13. Saya sering membeli barang yang sama karena menyukai kemasan yang unik dan menarik.					
		40	F	14. Saya akan membeli barang yang sama walaupun barang yang lama masih dapat dipakai.					
		41	UF	15. Saya membiasakan diri untuk hidup sederhana.					
		16	UF	16. Lebih baik saya menyimpan uang saya daripada untuk membeli barang.					
		25	UF	17. Ketika ada acara dengan teman, saya tidak harus menggunakan pakaian yang baru.					
		38	UF	18. Saya membeli barang ketika barang tersebut sudah habis atau tidak layak pakai.					
		39	UF	19. Saya dapat menahan diri untuk tidak membeli produk ketika berada di tempat perbelanjaan.					
		30	UF	20. Saya akan menghemat pengeluaran uang untuk barang-barang yang tidak dibutuhkan.					
	b. Mengikuti Tren	10	F	21. Saya selalu berusaha mengikuti mode seperti teman saya.					
		20	F	22. Untuk tampil modis saya harus memakai pakaian yang sedang digemari teman-teman.					
		26	F	23. Saya selalu ingin membeli barang-barang yang sedang digemari di kalangan teman saya.					

		13	F	24. Ketika saya melihat model baru seperti teman, saya akan langsung membelinya.					
		29	UF	25. Saya tetap nyaman memakai barang-barang lama walaupun banyak model baru bermunculan.					
		34	UF	26. Saya tidak akan membeli baju yang tidak cocok untuk saya walaupun modelnya sedang digemari teman-teman.					
3. Mencari Kesenangan	a. Mencari Kesenangan	21	F	27. Saya merasa senang jika mendapatkan barang yang saya inginkan.					
		27	F	28. Saya akan merasa senang jika mendapatkan barang yang lucu					
		8	F	29. Saya merasa senang jika membeli barang yang sesuai keinginan diri saya.					
		28	UF	30. Saya tidak akan membeli barang baru selama barang lama saya masih bisa digunakan.					
		35	UF	31. Saya tidak akan membeli hanya untuk mendapatkan kesenangan.					
	b. Kepuasan	14	F	32. Saya merasa puas jika berbelanja ditempat langganannya saya.					
		36	F	33. Saya merasa puas jika memiliki produk-produk yang sedang digemari banyak orang.					
		22	F	34. Saya merasa puas jika memiliki barang yang sulit dicari.					
		15	F	35. Jika saya melihat teman lain memiliki barang baru, saya akan segera membeli walaupun belum saya butuhkan.					

		37	F	36. Saya merasa puas jika terdapat toko yang menawarkan membeli produk beli 2 gratis 1.					
		7	F	37. Meskipun teman saya membeli pakaian model terbaru, saya tidak akan terpengaruh.					
4. Ingin lebih dari orang lain	Merasa tidak puas barang yang telah dimiliki	11	F	38. Saya membeli barang baru karena merasa tidak cocok barang yang lama					
		2	F	39. Saya harus segera membeli produk fashion terbaru dari pada teman saya					
	Rasa bersaing terhadap orang lain	9	F	40. Saya khawatir produk fashion yang saya kenakan lebih bagus dari teman saya					
		6	F	41. Saya khawatir produk fashion yang saya kenakan lebih bagus dari teman saya					

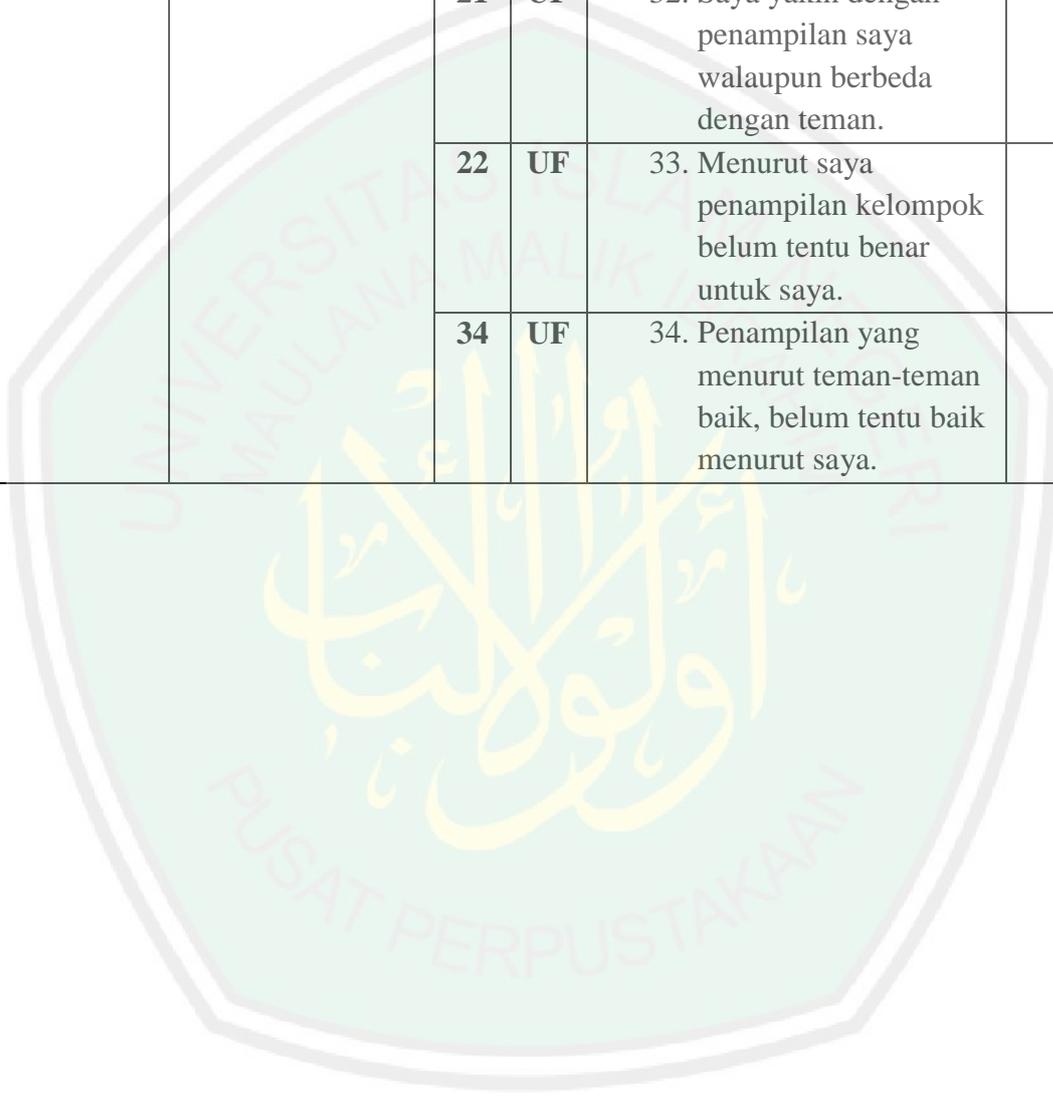
**FORM PENILAIAN *komfortitas***

Variabel		Aitem			Nilai				
aspek	Indikator	No	F/ UF	pernyataan	1	2	3	4	5
<b>1. Normatif</b>	<b>a. Disukai orang lain</b>	<b>1</b>	<b>F</b>	1. Lebih baik saya berganti pakaian dari pada penampilan saya tidak disukai teman.					
		<b>3</b>	<b>F</b>	2. Saya akan memakai pakaian yang sedang digemari oleh teman-teman.					
		<b>4</b>	<b>F</b>	3. Saya merasa senang jika penampilan saya dipuji oleh teman.					
		<b>8</b>	<b>F</b>	4. Saya rela merubah penampilan saya agar dipuji teman-teman.					
		<b>9</b>	<b>F</b>	5. Saya selalu melakukan hal yang menarik perhatian teman.					
		<b>14</b>	<b>UF</b>	6. Saya tidak khawatir jika teman-teman tidak menyukai penampilan saya.					
		<b>17</b>	<b>UF</b>	7. penampilan saya tidak harus sama agar disukai teman-teman.					
		<b>25</b>	<b>UF</b>	8. Saya akan mengenakan pakaian yang nyaman meskipun tidak disukai teman-teman.					
		<b>26</b>	<b>UF</b>	9. Saya berpenampilan apa adanya bukan karena ingin dipuji teman.					
		<b>b. Menghindari penolakan</b>	<b>2</b>	<b>F</b>	<b>10.</b> Saya akan berpenampilan seperti teman-teman agar				

				dianggap tidak berbeda.					
		<b>10</b>	<b>F</b>	<b>11.</b> Saya khawatir dikucilkan oleh teman-teman apabila saya berpenampilan berbeda dengan mereka.					
		<b>15</b>	<b>F</b>	<b>12.</b> Saya akan menghindari penampilan yang tidak disukai teman-teman agar tidak ditolak.					
		<b>16</b>	<b>F</b>	<b>13.</b> Saya akan membeli barang seperti teman-teman agar tidak berbeda.					
		<b>24</b>	<b>F</b>	<b>14.</b> Penampilan yang sedang dikenakan teman-teman, saya juga harus melakukannya.					
		<b>27</b>	<b>UF</b>	<b>15.</b> Saya tidak harus mengikuti gaya teman-teman agar tidak dikucilkan.					
		<b>28</b>	<b>UF</b>	<b>16.</b> Saya tidak harus mengikuti tren yang sedang populer dikalangan teman-teman meskipun dikucilkan.					
		<b>29</b>	<b>UF</b>	<b>17.</b> Saya tidak peduli jika harus ditolak teman-teman karena penampilan saya berbeda.					
		<b>33</b>	<b>UF</b>	<b>18.</b> Saya biasa saja ketika teman-teman menjauhi saya karena penampilan saya berbeda.					
<b>2. Informasional</b>		<b>5</b>	<b>F</b>	<b>19.</b> Saya senang berpenampilan seperti					

<b>a. Menerima pendapat kelompok</b>			yang disarankan teman-teman saya.					
	<b>11</b>	<b>F</b>	<b>20.</b> Penampilan saya seperti apa yang disarankan dan dikenakan teman-teman.					
	<b>13</b>	<b>F</b>	<b>21.</b> Saya akan membeli barang sesuai pendapat teman-teman.					
	<b>18</b>	<b>F</b>	<b>22.</b> Penampilan teman-teman merupakan acuan bagi saya.					
	<b>19</b>	<b>F</b>	<b>23.</b> Saya lebih baik berpenampilan sesuai keputusan teman daripada mempertahankan keinginan dan pendapat saya.					
	<b>20</b>	<b>F</b>	<b>24.</b> Saya selalu mempercayai teman-teman dalam hal penampilan.					
	<b>23</b>	<b>F</b>	<b>25.</b> Sebenarnya keputusan yang diambil teman-teman berbeda dengan saya.					
	<b>30</b>	<b>UF</b>	<b>26.</b> Saya berpenampilan seperti ini bukan karena pendapat teman-teman.					
	<b>31</b>	<b>UF</b>	<b>27.</b> Pada dasarnya saya meragukan keputusan yang diambil teman-teman dalam hal penampilan.					
	<b>32</b>	<b>UF</b>	<b>28.</b> Penampilan Saya tidak bergantung pada teman-teman.					
<b>b. Kelompok menjadi benar</b>	<b>6</b>	<b>F</b>	<b>29.</b> Saya akan membeli pakaian yang sedang digemari teman-teman.					

		<b>7</b>	<b>F</b>	<b>30.</b> Saya merasa lebih puas membeli barang seperti teman-teman saya.					
		<b>12</b>	<b>F</b>	<b>31.</b> Saya selalu menganggap teman-teman saya benar dalam berpenampilan.					
		<b>21</b>	<b>UF</b>	<b>32.</b> Saya yakin dengan penampilan saya walaupun berbeda dengan teman.					
		<b>22</b>	<b>UF</b>	<b>33.</b> Menurut saya penampilan kelompok belum tentu benar untuk saya.					
		<b>34</b>	<b>UF</b>	<b>34.</b> Penampilan yang menurut teman-teman baik, belum tentu baik menurut saya.					



**FORM PENILAIAN *citra diri***

Variabel		Aitem			Nilai					
Aspek	Indikator	No	F/ UF	pernyataan	1	2	3	4	5	
1. Aspek fisik	a. Merasa penampilan diri menarik	1	F	1. Saya adalah orang yang menarik						
		8	F	2. Saya bangga dengan penampilan saya saat ini						
		10	F	3. Penampilan saya tidak perlu meniru orang lain						
		14	F	4. Saya menganggap penampilan saya sudah sesuai dengan keinginan saya						
		17	UF	5. Saya adalah orang yang kurang menarik						
		25	UF	6. Penampilan saya sangat buruk						
	b. Puas dengan fisik		2	F	7. Saya senang dengan bentuk tubuh saya					
			9	F	8. Saya tidak perlu menutupi fisik saya					
			15	F	9. Saya nyama dengan fisik saya					
			18	F	10. Saya akan menjaga dan merawat fisik saya					
			24	F	11. Saya merasa cocok mengenakan pakaian apapun karena penampilan fisik saya bagus					
			26	UF	12. Saya memiliki bentuk badan yang harus ditutupi dengan aksesoris					
			27	UF	13. Saya minder dengan keadaan fisik saya					
			32	UF	14. Saya merasa tidak cocok memakai baju apapun karena fisik saya buruk					
			33	UF	15. Saya harus memilih pakaian yang dapat					

				menutupi kekurangan fisik saya					
2. Aspek sosial	a. Perbandingan sosial	3	F	16. Saya tidak akan membeli barang jika barang tersebut tidak saya butuhkan meskipun teman saya memiliki barang tersebut					
		11	UF	17. Saya membeli pakaian karena melihat teman saya memiliki barang tersebut dan terlihat bagus dikenakan oleh teman saya					
		16	UF	18. Bentuk tubuh saya tidak menarik jika dibandingkan dengan teman lain.					
	b. Penilaian yang tercerminakan dari orang lain	4	F	19. Saya akan mengenakan pakaian yang nyaman dan tidak memikirkan reaksi orang lain apabila saya mengenakan pakaian tersebut					
		12	F	20. Saya tidak akan membeli barang jika tidak sesuai dengan diri saya dan tidak memikirkan reaksi orang lain apabila saya tidak membeli barang tersebut					
		19	UF	21. Saya akan memikirkan terlebih dahulu reaksi orang lain apabila saya mengenakan pakaian tersebut					

3.	<b>a. Introspeksi</b>	<b>5</b>	<b>F</b>	22. Saya berusaha untuk berpenampilan jauh lebih baik dari hari sebelumnya					
		<b>20</b>	<b>F</b>	23. Saya selalu bersyukur terhadap apa yang saya miliki saat ini					
		<b>21</b>	<b>F</b>	24. Saya berpikiran bahwa saya tidak perlu meniru penampilan orang lain yang tidak sesuai dengan diri saya					
		<b>28</b>	<b>UF</b>	25. Saya tidak peduli dengan kekurangan yang ada pada diri saya meskipun itu dapat diperbaiki					
	<b>b. Proses mempersepsi diri</b>	<b>6</b>	<b>F</b>	26. Saya menyukai bentuk tubuh saya.					
		<b>22</b>	<b>F</b>	27. Bagi saya tidak perlu mengubah penampilan seperti orang lain.					
		<b>29</b>	<b>F</b>	28. Secara keseluruhan penampilan saya menarik.					
		<b>30</b>	<b>F</b>	29. Saya menyukai penampilan saya walaupun orang lain tidak suka.					
		<b>31</b>	<b>UF</b>	30. Penampilan saya kurang sempurna dari pada orang lain.					
	<b>c. Sebab akibat berperilaku tersebut</b>	<b>7</b>	<b>F</b>	31. Pendapat dari orang lain akan membuat saya jauh lebih baik dalam hal penampilan.					
		<b>13</b>	<b>UF</b>	32. Saya akan terus memikirkan jika mendapatkan komentar					

				dari orang lain tentang penampilan saya.					
		23	UF	33. Penampilan saya kuno sehingga tidak memiliki teman.					



## Penilaian *profesional judgement* skala perilaku konsumtif

rater	item 1		item 2		item 3		item 4		item 5				item 6		item 7		item 8		item 9	
	score	s	score	s	score	s	score	s	score	s	score	s								
bu novi	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
bu mega	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4
pak iqbal	4	3	5	4	5	3	5	3	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4

item 10		item 11		item 12		item 13		item 14		item 15		item 16		item 17		item 18		item 19	
score	s																		
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3	5	4

item 20		item 21		item 22		item 23		item 24		item 25		item 26		item 27		item 28		item 29	
score	s																		
4	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4

item 30		item 31		item 32		item 33		item 34		item 35		item 36		item 37		item 38		item 39	
score	s																		
4	3	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3

item 40		item 41	
score	S	score	s
5	4	5	4
5	4	4	3
4	3	5	4

No item	Hasil Aiken's V
1.	0,916667
2.	0,916667
3.	0,75
4.	0,916667
5.	0,833333
6.	0,833333
7.	0,833333
8.	0,833333
9.	0,916667
10.	0,916667
11.	0,916667
12.	0,916667
13.	0,916667
14.	0,916667
15.	0,916667
16.	0,916667
17.	0,916667
18.	0,916667
19.	0,916667
20.	0,916667
21.	0,916667
22.	0,916667
23.	0,916667
24.	0,916667
25.	0,916667
26.	0,916667
27.	0,916667
28.	0,916667
29.	0,916667
30.	0,916667
31.	0,916667
32.	0,916667
33.	0,916667
34.	0,916667
35.	0,916667
36.	0,916667
37.	0,916667
38.	0,916667
39.	0,916667
40.	0,916667
41.	0,916667

### Penilaian *profesional judgement* skala citra diri

Rater	item 1		item 2		item 3		item 4		item 5		Item 6		item 7		item 8		item 9	
	score	s																
bu novi	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
bu meg a	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
pak lqbal	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3

item 10		item 11		item 12		item 13		item 14		item 15		item 16		item 17		item 18		item 19	
score	s																		
5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4

item 20		item 21		item 22		item 23		item 24		item 25		item 26		item 27		item 28		item 29	
score	s																		
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	3	4	3

item 30		item 31		item 32		item 33	
score	s	score	s	score	s	score	s
5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4
4	3	4	3	4	3	4	3

No item	Hasil Aiken's V
1.	0,916667
2.	0,916667
3.	0,916667
4.	0,916667
5.	0,833333
6.	0,833333
7.	0,833333
8.	0,833333
9.	0,916667
10.	0,916667
11.	0,916667
12.	0,916667
13.	0,916667
14.	0,916667
15.	0,916667
16.	0,916667
17.	0,916667
18.	0,916667
19.	0,916667
20.	0,916667
21.	0,916667
22.	0,916667
23.	0,916667
24.	0,916667
25.	0,916667
26.	0,916667
27.	0,916667
28.	0,916667
29.	0,916667
30.	0,916667
31.	0,916667
32.	0,916667
33.	0,916667

## Penilaian *profesional judgement* skala komformitas

rater	item 1		item 2		item 3		item 4		item 5				item 6		item 7		item 8		item 9	
	score	s	score	s	score	s	score	s	score	s	score	s								
bu novi	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
bu mega	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4
pak iqbal	4	3	5	4	5	3	5	3	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4	5	4

item 10		item 11		item 12		item 13		item 14		item 15		item 16		item 17		item 18		item 19	
score	s																		
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	4	3	5	4	5	4	4	3	5	4

item 20		item 21		item 22		item 23		item 24		item 25		item 26		item 27		item 28		item 29	
score	s																		
4	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4

item 30		item 31		item 32		item 33		item 34	
score	S								
4	3	4	3	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	3	4	3	4	3

No item	Hasil Aiken's V
1.	0,916667
2.	0,916667
3.	0,75
4.	0,916667
5.	0,833333
6.	0,833333
7.	0,833333
8.	0,833333
9.	0,916667
10.	0,916667
11.	0,916667
12.	0,916667
13.	0,916667
14.	0,916667
15.	0,916667
16.	0,916667
17.	0,916667
18.	0,916667
19.	0,916667
20.	0,916667
21.	0,916667
22.	0,916667
23.	0,916667
24.	0,916667
25.	0,916667
26.	0,916667
27.	0,916667
28.	0,916667
29.	0,916667
30.	0,916667
31.	0,916667
32.	0,916667
33.	0,916667
34.	0,916667

## B. Skala Penelitian Sebelum Uji

Identitas Responden

Nama :

Umur :

### PETUNJUK PENGISIAN

Dengan hormat,

Perkenankanlah kami mohon bantuan saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi skala yang kami lampirkan.

Hal-hal yang perlu anda ketehau dalam mengisi skala ini adalah sebagai berikut :

1. Kami mengharapkan kejujuran saudara dalam mengisi skala dibawah ini.
2. Tidak ada jawaban yang salah maupun benar, sehingga anda tidak perlu ragu-ragu dalam menentukan pilihan, dan yang terpenting jawaban yang anda berikan sesuai dengan diri anda saat ini.
3. Kami mohon untuk mengisi semua nomor dan jangan sampai ada yang terlewatkan.

Dalam tiap soal terdapat empat alternatif jawaban dan pilih satu yang sesuai dengan diri saudara dengan memberi tanda *check list* (✓) sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Atas kesedian dan bantuan saudara kami ucapkan terima kasih

Peneliti

Skala Y

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya akan langsung memasukkan barang yang terlihat menarik ke dalam keranjang belanjaan.				
2.	Saya membeli produk fhasion karena barang yang lama sudah tidak cocok lagi				
3.	Saya mudah terpengaruh jika teman saya menawarkan suatu produk.				
4.	Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu barang yang akan saya beli.				
5.	Saya mudah tertarik membeli barang yang ditawarkan oleh sales.				
6.	Saya harus membeli produk fhasion dengan model yang lebih baru dari pada teman saya.				
7.	Meskipun teman saya membeli pakaian model terbaru, saya tidak akan terpengaruh.				
8.	Saya merasa senang jika membeli barang yang sesuai keinginan diri saya.				
9.	Saya khawatir produk fhasion yang saya kenakan lebih bagus dari pada teman saya.				
10.	Saya selalu berusaha mengikuti mode seperti teman saya.				
11.	Saya merasa tidak puas dengan pakaian yang saya miliki.				
12.	Saya akan segera membeli barang karena bujukan teman.				
13.	Ketika saya melihat model baru seperti teman, saya akan langsung membelinya.				
14.	Saya merasa puas jika berbelanja ditempat langganan saya.				

15.	Jika saya melihat teman lain memiliki barang baru, saya akan segera membeli walaupun belum saya butuhkan.				
16.	Lebih baik saya menyimpan uang saya daripada untuk membeli barang.				
17.	Saya membeli produk karena terlihat didepan toko sangat bagus.				
18.	Saya akan berpikir berulang-ulang sebelum saya memutuskan untuk membeli.				
19.	Saya sering membeli barang yang sama karena menyukai kemasan yang unik dan menarik.				
20.	Untuk tampil modis saya harus memakai pakaian yang sedang digemari teman-teman.				
21.	Saya merasa senang jika mendapatkan barang yang saya inginkan.				
22.	Saya merasa puas jika memiliki barang yang sulit dicari.				
23.	Meskipun tertarik, saya tidak langsung memutuskan untuk membeli suatu barang.				
24.	Ketika membeli barang, saya selalu memikirkan terlebih dahulu.				
25.	Ketika ada acara dengan teman, saya tidak harus mengenakan pakaian yang baru.				
26.	Saya selalu ingin membeli barang-barang yang sedang digemari di kalangan teman saya.				
27.	Saya akan merasa senang jika mendapatkan barang yang lucu				
28.	Saya tidak akan membeli barang baru selama barang lama saya masih bisa digunakan.				
29.	Saya tetap nyaman memakai barang-barang lama walaupun banyak model baru bermunculan.				
30.	Saya akan menghemat pengeluaran uang untuk barang-barang yang tidak dibutuhkan.				
31.	Saya akan membeli lebih dari satu pakaian dengan model yang sama tetapi warna berbeda.				

32.	Pada dasarnya saya sulit terpengaruh untuk membeli barang yang tidak perlu.				
33.	Saya akan membeli apa-apa yang dibeli teman saya meskipun tidak saya butuhkan.				
34.	Saya tidak akan membeli baju yang tidak cocok untuk saya walaupun modelnya sedang digemari teman-teman.				
35.	Saya tidak akan membeli hanya untuk mendapatkan kesenangan.				
36.	Saya merasa puas jika memiliki produk-produk yang sedang digemari banyak orang.				
37.	Saya merasa puas jika terdapat toko yang menawarkan membeli produk beli 2 gratis 1.				
38.	Saya membeli barang ketika barang tersebut sudah habis atau tidak layak pakai.				
39.	Saya dapat menahan diri untuk tidak membeli produk ketika berada di tempat perbelanjaan.				
40.	Saya akan membeli barang yang sama walaupun barang yang lama masih dapat dipakai.				
41.	Saya membiasakan diri untuk hidup sederhana.				

**Skala X-1**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya adalah orang yang menarik				
2.	Saya senang dengan bentuk tubuh saya				
3.	Saya tidak akan membeli barang jika barang tersebut tidak saya butuhkan meskipun teman saya memiliki barang tersebut				
4.	Saya akan mengenakan pakaian yang nyaman dan tidak memikirkan reaksi orang lain apabila saya mengenakan pakaian tersebut				
5.	Saya berusaha untuk berpenampilan jauh lebih baik dari hari sebelumnya				
6.	Saya menyukai bentuk tubuh saya.				
7.	Pendapat dari orang lain akan membuat saya jauh lebih baik dalam hal penampilan.				
8.	Saya bangga dengan penampilan saya saat ini				
9.	Saya tidak perlu menutupi fisik saya				
10.	Penampilan saya tidak perlu meniru orang lain				
11.	Saya membeli pakaian karena melihat teman saya memiliki barang tersebut dan terlihat bagus dikenakan oleh teman saya				
12.	Saya tidak akan membeli barang jika tidak sesuai dengan diri saya dan tidak memikirkan reaksi orang lain apabila saya tidak membeli barang tersebut				
13.	Saya akan terus memikirkan jika mendapatkan komentar dari orang lain tentang penampilan saya.				
14.	Saya menganggap penampilan saya sudah sesuai dengan keinginan saya				
15.	Saya nyama dengan fisik saya				
16.	Bentuk tubuh saya tidak menarik jika dibandingkan dengan teman lain.				

17.	Saya adalah orang yang kurang menarik				
18.	Saya akan menjaga dan merawat fisik saya				
19.	Saya akan memikirkan terlebih dahulu reaksi orang lain apabila saya mengenakan pakaian tersebut				
20.	Saya selalu bersyukur terhadap apa yang saya miliki saat ini				
21.	Saya berpikiran bahwa saya tidak perlu meniru penampilan orang lain yang tidak sesuai dengan diri saya				
22.	Bagi saya tidak perlu mengubah penampilan seperti orang lain.				
23.	Penampilan saya kuno sehingga tidak memiliki teman.				
24.	Saya merasa cocok mengenakan pakian apapun karena penampilan fisik saya bagus				
25.	Penampilan saya sangat buruk				
26.	Saya memiliki bentuk badan yang harus ditutupi dengan aksesoris				
27.	Saya minder dengan keadaan fisik saya				
28.	Saya tidak peduli dengan kekurangan yang ada pada diri saya meskipun itu dapat diperbaiki				
29.	Secara keseluruhan penampilan saya menarik.				
30.	Saya menyukai penampilan saya walaupun orang lain tidak suka.				
31.	Penampilan saya kurang sempurna dari pada orang lain.				
32.	Saya merasa tidak cocok memakai baju apapun karena fisik saya buruk				
33.	Saya harus memilih pakian yang dapat menutupi kekurangan fisik saya				

**Skala X-2**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Lebih baik saya berganti pakaian dari pada penampilan saya tidak disukai teman.				
2.	Saya akan berpenampilan seperti teman-teman agar dianggap tidak berbeda.				
3.	Saya akan memakai pakaian yang sedang digemari oleh teman-teman.				
4.	Saya merasa senang jika penampilan saya dipuji oleh teman.				
5.	Saya senang berpenampilan seperti yang disarankan teman-teman saya.				
6.	Saya akan membeli pakaian yang sedang digemari teman-teman.				
7.	Saya merasa lebih puas membeli barang seperti teman-teman saya.				
8.	Saya rela merubah penampilan saya agar dipuji teman-teman.				
9.	Saya selalu melakukan hal yang menarik perhatian teman.				
10.	Saya khawatir dikucilkan oleh teman-teman apabila saya berpenampilan berbeda dengan mereka.				
11.	Penampilan saya seperti apa yang disarankan dan dikenakan teman-teman.				
12.	Saya selalu menganggap teman-teman saya benar dalam berpenampilan.				
13.	Saya akan membeli barang sesuai pendapat teman-teman.				
14.	Saya tidak khawatir jika teman-teman tidak menyukai penampilan saya.				
15.	Saya akan menghindari penampilan yang tidak disukai teman-teman agar tidak ditolak.				

16.	Saya akan membeli barang seperti teman-teman agar tidak berbeda.				
17.	penampilan saya tidak harus sama agar disukai teman-teman.				
18.	Penampilan teman-teman merupakan acuan bagi saya.				
19.	Saya lebih baik berpenampilan sesuai keputusan teman daripada mempertahankan keinginan dan pendapat saya.				
20.	Saya selalu mempercayai teman-teman dalam hal penampilan.				
21.	Saya yakin dengan penampilan saya walaupun berbeda dengan teman.				
22.	Menurut saya penampilan kelompok belum tentu benar untuk saya.				
23.	Sebenarnya keputusan yang diambil teman-teman berbeda dengan saya.				
24.	Penampilan yang sedang dikenakan teman-teman, saya juga harus melakukannya.				
25.	Saya akan mengenakan pakaian yang nyaman meskipun tidak disukai teman-teman.				
26.	Saya berpenampilan apa adanya bukan karena ingin dipuji teman.				
27.	Saya tidak harus mengikuti gaya teman-teman agar tidak dikucilkan.				
28.	Saya tidak harus mengikuti tren yang sedang populer dikalangan teman-teman meskipun dikucilkan.				
29.	Saya tidak peduli jika harus ditolak teman-teman karena penampilan saya berbeda.				
30.	Saya berpenampilan seperti ini bukan karena pendapat teman-teman.				
31.	Pada dasarnya saya meragukan keputusan yang diambil teman-teman dalam hal penampilan.				
32.	Penampilan Saya tidak bergantung pada teman-teman.				

33.	Saya biasa saja ketika teman-teman menjauhi saya karena penampilan saya berbeda.				
34.	Penampilan yang menurut teman-teman baik, belum tentu baik menurut saya.				





## **LAMPIRAN B**

### **SKALA PENELITIAN SETELAH UJI COBA**

- 1. Skala Perilaku Konsumtif**
- 2. Skala Citra Diri**
- 3. Skala Komformitas**

Identitas Responden

Nama :

Umur :

#### PETUNJUK PENGISIAN

Dengan hormat,

Perkenankanlah kami mohon bantuan saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi skala yang kami lampirkan.

Hal-hal yang perlu anda ketahui dalam mengisi skala ini adalah sebagai berikut :

4. Kami mengharapkan kejujuran saudara dalam mengisi skala dibawah ini.
5. Tidak ada jawaban yang salah maupun benar, sehingga anda tidak perlu ragu-ragu dalam menentukan pilihan, dan yang terpenting jawaban yang anda berikan sesuai dengan diri anda saat ini.
6. Kami mohon untuk mengisi semua nomor dan jangan sampai ada yang terlewatkan.

Dalam tiap soal terdapat empat alternatif jawaban dan pilih satu yang sesuai dengan diri saudara dengan memberi tanda *check list* (v) sebagai berikut :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Atas kesedian dan bantuan saudara kami ucapkan terima kasih

Peneliti

### Skala Y

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya akan langsung memasukkan barang yang terlihat menarik ke dalam keranjang belanjaan.				
2.	Saya membeli produk fhasion karena barang yang lama sudah tidak cocok lagi				
3.	Saya mudah terpengaruh jika teman saya menawarkan suatu produk.				
4.	Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu barang yang akan saya beli.				
5.	Saya harus membeli produk fhasion dengan model yang lebih baru dari pada teman saya.				
6.	Meskipun teman saya membeli pakaian model terbaru, saya tidak akan terpengaruh.				
7.	Saya merasa senang jika membeli barang yang sesuai keinginan diri saya.				
8.	Saya selalu berusaha mengikuti mode seperti teman saya.				
9.	Saya merasa tidak puas dengan pakaian yang saya miliki.				
10.	Lebih baik saya menyimpan uang saya daripada untuk membeli barang.				
11.	Saya membeli produk karena terlihat didepan toko sangat bagus.				
12.	Saya akan berpikir berulang-ulang sebelum saya memutuskan untuk membeli.				
13.	Untuk tampil modis saya harus memakai pakaian yang sedang digemari teman-teman.				
14.	Saya merasa senang jika mendapatkan barang yang saya inginkan.				
15.	Saya merasa puas jika memiliki barang yang sulit dicari.				

16.	Meskipun tertarik, saya tidak langsung memutuskan untuk membeli suatu barang.				
17.	Saya selalu ingin membeli barang-barang yang sedang digemari di kalangan teman saya.				
18.	Saya akan merasa senang jika mendapatkan barang yang lucu				
19.	Saya tetap nyaman memakai barang-barang lama walaupun banyak model baru bermunculan.				
20.	Saya akan membeli lebih dari satu pakaian dengan model yang sama tetapi warna berbeda.				
21.	Saya tidak akan membeli hanya untuk mendapatkan kesenangan.				
22.	Saya merasa puas jika memiliki produk-produk yang sedang digemari banyak orang.				
23.	Saya merasa puas jika terdapat toko yang menawarkan membeli produk beli 2 gratis 1.				
24.	Saya dapat menahan diri untuk tidak membeli produk ketika berada di tempat perbelanjaan.				
25.	Saya akan membeli barang yang sama walaupun barang yang lama masih dapat dipakai.				

**Skala X-1**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya adalah orang yang menarik				
2.	Saya senang dengan bentuk tubuh saya				
3.	Saya akan mengenakan pakaian yang nyaman dan tidak memikirkan reaksi orang lain apabila saya mengenakan pakaian tersebut				
4.	Saya berusaha untuk berpenampilan jauh lebih baik dari hari sebelumnya				
5.	Saya menyukai bentuk tubuh saya.				
6.	Pendapat dari orang lain akan membuat saya jauh lebih baik dalam hal penampilan.				
7.	Saya bangga dengan penampilan saya saat ini				
8.	Saya membeli pakaian karena melihat teman saya memiliki barang tersebut dan terlihat bagus dikenakan oleh teman saya				
9.	Saya akan terus memikirkan jika mendapatkan komentar dari orang lain tentang penampilan saya.				
10.	Saya menganggap penampilan saya sudah sesuai dengan keinginan saya				
11.	Bentuk tubuh saya tidak menarik jika dibandingkan dengan teman lain.				
12.	Saya akan memikirkan terlebih dahulu reaksi orang lain apabila saya mengenakan pakaian tersebut				
13.	Saya selalu bersyukur terhadap apa yang saya miliki saat ini				
14.	Bagi saya tidak perlu mengubah penampilan seperti orang lain.				
15.	Saya merasa tidak cocok memakai baju apapun karena fisik saya buruk				

**Skala X-2**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1.	Saya akan berpenampilan seperti teman-teman agar dianggap tidak berbeda.				
2.	Saya akan memakai pakaian yang sedang digemari oleh teman-teman.				
3.	Saya merasa senang jika penampilan saya dipuji oleh teman.				
4.	Saya akan membeli pakaian yang sedang digemari teman-teman.				
5.	Saya merasa lebih puas membeli barang seperti teman-teman saya.				
6.	Saya khawatir dikucilkan oleh teman-teman apabila saya berpenampilan berbeda dengan mereka.				
7.	Penampilan saya seperti apa yang disarankan dan dikenakan teman-teman.				
8.	Saya tidak khawatir jika teman-teman tidak menyukai penampilan saya.				
9.	Penampilan teman-teman merupakan acuan bagi saya.				
10.	Saya yakin dengan penampilan saya walaupun berbeda dengan teman.				
11.	Saya tidak harus mengikuti tren yang sedang populer dikalangan teman-teman meskipun dikucilkan.				
12.	Saya tidak peduli jika harus ditolak teman-teman karena penampilan saya berbeda.				
13.	Penampilan Saya tidak bergantung pada teman-teman.				

**LAMPIRAN C**  
**DATA UJI COBA SKALA PENELITIAN**

- 1. Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif**
- 2. Data Uji Coba Skala Citra Diri**
- 3. Data Uji Coba Skala Komformitas**

**Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 1**

No resp	No item																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22
	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	1	1	1	1	4	4	4	1	4	4	4
2.	4	2	4	4	2	4	4	4	2	4	4	1	1	1	2	4	4	4	2	4	4	4
3.	3	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	1	1	1	1	4	3	3	1	3	3	3
4.	4	4	3	4	1	4	4	4	2	4	4	1	1	1	1	4	4	4	1	4	4	4
5.	4	4	4	4	1	4	3	3	2	4	4	1	2	4	1	4	4	4	1	4	3	3
6.	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	3	3	3
7.	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	1	1	1	1	4	4	4	1	4	4	4
8.	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	4	1	1	1	1	4	4	4	1	4	4	4
9.	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2
10.	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	2	1	1	3	3	3	1	3	3	3
11.	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	2	1	1	3	3	3	1	3	3	3
12.	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	1	2	2	1	4	4	4	1	4	4	4
13.	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	1	2	1	1	4	4	4	1	4	4	4
14.	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	1	1	1	1	4	4	4	1	4	4	4
15.	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	2	2	1	3	3	3	1	3	3	3
16.	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	1	2	2	1	4	4	4	1	4	4	4
17.	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	1	2	2	1	4	4	4	1	4	4	4
18.	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	1	2	1	3	3	3	1	3	3	3
19.	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	2	1	1	3	3	3	1	3	3	3
20.	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	1	2	2	1	4	4	4	1	4	4	4
21.	4	4	3	3	1	4	4	4	2	4	4	1	1	2	1	4	4	3	1	4	4	4
22.	4	4	2	2	1	4	4	4	2	4	4	1	2	2	1	4	4	2	1	4	4	4
23.	4	4	2	2	1	4	4	4	2	4	4	1	2	1	1	4	4	2	1	4	4	4
24.	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	2	2	1	3	3	3	1	3	3	3
25.	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	1	2	2	1	4	4	4	1	4	4	4
26.	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	3	3	2
27.	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	1	1	3	2	2	1	2	2	2
28.	2	4	2	2	1	4	4	4	2	2	4	1	2	2	1	4	2	2	1	2	4	4
29.	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	4	2	2	1	2	2	2
30.	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1	3	3	3	1	3	3	3
31.	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	1	2	1	1	4	4	4	1	4	4	4
32.	4	4	4	4	1	4	3	4	2	4	4	2	2	1	1	4	4	4	1	4	4	4
33.	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	1	2	2	1	4	4	4	1	4	4	4
34.	4	4	4	4	1	4	4	4	2	4	4	1	2	2	1	4	4	4	1	4	4	4
35.	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	1	2	2	1	3	3	3	1	3	4	3
36.	3	4	3	3	1	4	4	4	2	3	4	1	2	1	1	4	3	3	1	3	4	3
37.	3	4	3	3	1	4	4	4	2	3	4	1	2	2	1	4	3	3	1	3	4	2
38.	3	4	3	3	1	4	4	4	2	3	4	1	2	1	1	4	3	3	1	3	4	4
39.	2	4	2	4	1	4	3	4	2	2	4	1	2	1	1	4	2	2	1	2	4	4
40.	2	4	2	4	1	4	4	4	2	2	4	2	2	2	1	4	2	2	1	2	4	4

No resp	No item																			jumlah
	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	
1.	4	2	2	4	4	3	4	2	4	3	1	1	3	1	1	3	4	4	2	121
2.	4	1	2	4	4	3	4	2	4	3	2	1	3	2	2	4	4	4	1	123
3.	3	1	1	3	3	4	3	2	3	1	1	1	3	1	1	4	3	3	1	98
4.	4	1	1	4	4	1	4	4	4	3	1	1	4	1	1	3	4	4	1	117
5.	4	2	2	4	3	3	2	1	4	3	1	1	3	1	1	3	4	4	2	116
6.	3	1	1	3	3	3	3	1	3	2	1	1	3	1	1	4	3	3	1	95
7.	4	2	1	4	4	3	4	2	4	3	1	1	4	1	1	2	4	4	2	119
8.	4	2	1	4	4	3	4	2	4	2	1	1	4	1	1	3	4	4	2	118
9.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	2	75
10.	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	1	3	1	1	2	3	3	2	98
11.	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	1	1	3	1	1	2	3	3	2	97
12.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	3	1	1	4	1	1	2	4	4	2	121
13.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	3	1	1	4	1	1	2	4	4	2	121
14.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	3	1	1	4	1	1	2	4	4	2	119
15.	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	1	1	3	1	1	2	3	3	2	99
16.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	1	2	1	4	1	1	2	4	4	2	121
17.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	121
18.	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	1	3	1	1	2	3	3	2	97
19.	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	1	3	1	1	2	3	3	2	97
20.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	121
21.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	116
22.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	114
23.	4	2	3	4	4	2	4	2	4	2	2	1	4	1	1	2	4	4	2	115
24.	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	1	3	1	1	2	3	3	2	97
25.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	120
26.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	3	2	2	77
27.	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	1	1	2	3	4	2	79
28.	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	100
29.	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	1	1	2	1	1	2	4	4	2	81
30.	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	1	3	1	1	2	3	3	2	95
31.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	119
32.	4	2	2	3	4	2	4	3	4	3	2	1	4	1	1	2	4	4	2	121
33.	4	2	2	4	4	2	4	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	120
34.	4	2	2	2	4	2	4	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	118
35.	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	1	1	3	1	1	2	3	3	2	98
36.	3	2	2	3	4	2	3	2	4	2	1	1	4	1	1	2	4	4	2	108
37.	3	2	2	3	4	2	3	2	4	2	2	1	4	1	1	2	4	4	2	109
38.	4	2	2	3	4	2	3	2	4	2	2	1	4	1	1	2	4	3	2	110
39.	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	1	4	1	1	2	4	3	2	100
40.	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	1	4	1	1	2	4	4	2	104

**Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 2**

No resp	No item																				
	1	2	3	4	6	7	8	10	11	16	17	18	20	21	22	23	26	27	29	31	35
1.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
2.	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
3.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5.	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3
6.	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
7.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
10.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
12.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
20.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21.	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22.	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23.	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
25.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2
27.	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2
28.	2	4	2	2	4	4	4	2	4	4	2	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4
29.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2
30.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
33.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
35.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
36.	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4
37.	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	4	4
38.	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4
39.	2	4	2	4	4	3	4	2	4	4	2	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4
40.	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	4	4	2	2	4	2	4	4

No resp	No item				jumlah
	36	37	39	40	
1.	1	1	4	4	48
2.	2	2	4	4	62
3.	1	1	3	3	71
4.	1	1	4	4	83
5.	1	1	4	4	72
6.	1	1	3	3	69
7.	1	1	4	4	68
8.	1	1	4	4	72
9.	1	1	2	2	69
10.	1	1	3	3	65
11.	1	1	3	3	67
12.	1	1	4	4	66
13.	1	1	4	4	59
14.	1	1	4	4	79
15.	1	1	3	3	58
16.	1	1	4	4	76
17.	1	1	4	4	72
18.	1	1	3	3	62
19.	1	1	3	3	60
20.	1	1	4	4	71
21.	1	1	4	4	66
22.	1	1	4	4	66
23.	1	1	4	4	71
24.	1	1	3	3	72
25.	1	1	4	4	71
26.	1	1	3	2	72
27.	1	1	3	4	65
28.	1	1	4	4	76
29.	1	1	4	4	63
30.	1	1	3	3	79



31.	1	1	4	4	77
32.	1	1	4	4	75
33.	1	1	4	4	70
34.	1	1	4	4	69
35.	1	1	3	3	62
36.	1	1	4	4	55
37.	1	1	4	4	74
38.	1	1	4	3	66
39.	1	1	4	3	65
40.	1	1	4	4	48



**Data Uji Coba Skala Citra Diri (X-1) Tahap 1**

No resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4
2.	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
3.	3	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
4.	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
5.	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
6.	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	2	4
7.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
8.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4
9.	2	2	3	3	2	2	2	2	4	3	2	4	2	2	3	2	3	4	3	2
10.	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3
11.	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	4	3	3	4	4	3
12.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
13.	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
14.	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
15.	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3
16.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4
17.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
18.	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
19.	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
20.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
21.	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	2	4
22.	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	2	4	3	4	4	4	2	4
23.	4	4	3	4	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
24.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
25.	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
26.	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	2	2	3	2	3	4	2	2
27.	3	2	3	2	2	2	2	2	4	3	2	3	2	2	3	2	3	4	2	2
28.	4	4	3	2	2	4	2	4	4	3	2	3	4	4	3	4	3	4	2	4
29.	4	2	3	2	2	2	2	2	4	3	2	3	4	2	3	2	3	4	2	2
30.	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
31.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
32.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
33.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
34.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
35.	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3
36.	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4
37.	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4
38.	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4
39.	4	4	4	2	2	4	2	4	4	3	2	4	2	4	3	4	3	4	2	4
40.	4	4	3	2	2	4	2	4	4	3	2	3	2	4	3	4	3	3	2	4

No resp	21	22	23	24	25	26	No item						32	33	jumlah
1.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	1	119	
2.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	1	121	
3.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	1	107	
4.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	125	
5.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	122	
6.	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	3	2	111	
7.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	122	
8.	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	123	
9.	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	97	
10.	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	2	110	
11.	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	109	
12.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	125	
13.	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	123	
14.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	121	
15.	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	110	
16.	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	120	
17.	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	123	
18.	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	107	
19.	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	108	
20.	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	124	
21.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	117	
22.	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	116	
23.	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	118	
24.	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	106	
25.	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	121	
26.	4	2	4	3	4	3	4	4	1	3	4	2	2	89	
27.	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	92	
28.	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	107	
29.	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	95	
30.	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	107	
31.	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	123	
32.	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	2	122	
33.	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	119	
34.	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	122	
35.	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	108	
36.	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	114	
37.	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	116	
38.	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	112	
39.	4	2	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	106	
40.	3	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	2	2	103	

**Data Uji Coba Skala Citra Diri (X-1) Tahap 2**

No resp	1	2	4	5	6	7	8	11	13	14	16	19	20	22	32	Jumlah
1.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	58
2.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	57
3.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
4.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
5.	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	59
6.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	60
7.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
8.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50
9.	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	60
10.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	60
11.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	53
12.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
13.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
14.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
15.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	57
16.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
17.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
18.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	44
19.	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	58
20.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
21.	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	2	4	4	4	59
22.	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	2	4	4	4	52
23.	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
24.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
25.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
26.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	57
27.	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	54
28.	4	4	2	2	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	2	54
29.	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	53
30.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
31.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	54
32.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
33.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
34.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
35.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55
36.	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	49
37.	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	55
38.	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	59
39.	4	4	2	2	4	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	50
40.	4	4	2	2	4	2	4	2	2	4	4	2	4	2	2	55

### Data Uji Coba Skala Komformitas (X-2) Tahap 1

No resp	No item																				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1.	4	4	4	4	1	3	3	4	4	4	4	1	4	4	2	3	2	4	4	1	4
2.	4	4	4	4	1	1	1	3	3	4	4	1	1	4	4	1	1	4	1	1	4
3.	4	3	3	3	1	4	3	3	4	3	3	1	4	3	4	2	1	3	2	4	3
4.	3	4	4	4	1	3	1	3	4	4	4	1	3	4	4	1	1	4	3	3	4
5.	3	4	4	4	1	3	3	3	3	4	4	1	3	4	3	2	1	4	3	3	4
6.	4	3	3	3	1	3	3	4	3	3	2	1	1	3	4	4	2	3	1	1	2
7.	4	4	4	4	1	3	1	3	3	4	4	1	3	4	4	1	1	4	3	3	4
8.	3	4	4	4	1	2	1	2	2	4	4	1	3	4	4	1	1	4	3	3	4
9.	3	2	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3
10.	3	3	3	3	2	2	1	1	3	3	4	1	3	3	3	2	2	3	3	3	4
11.	3	3	3	3	1	3	1	3	3	3	4	1	3	3	3	2	2	3	3	3	2
12.	3	4	4	4	1	2	2	2	2	4	4	1	3	2	4	2	2	4	3	3	2
13.	3	4	4	4	1	2	2	2	3	4	4	1	3	3	3	2	2	4	3	3	2
14.	3	4	4	4	1	3	2	3	3	4	4	1	2	4	4	2	2	4	2	2	4
15.	3	3	3	3	1	3	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3
16.	3	4	4	2	1	3	1	2	2	4	3	1	3	4	3	3	3	4	3	3	4
17.	3	4	4	4	1	3	1	2	2	4	3	1	3	4	3	3	2	4	3	3	4
18.	3	4	3	3	1	3	1	2	2	3	3	1	3	3	4	2	2	3	3	3	3
19.	3	4	3	3	1	3	1	1	2	4	3	1	3	3	3	1	2	3	3	3	3
20.	3	4	4	4	1	3	1	2	2	4	4	1	3	4	3	2	2	4	3	3	4
21.	3	4	4	2	1	3	1	2	2	4	2	1	3	4	3	3	2	4	3	3	2
22.	3	4	4	4	1	3	2	2	2	4	2	1	3	4	4	2	2	4	3	3	2
23.	3	4	4	2	1	3	1	2	2	4	4	1	3	4	4	3	2	4	3	3	4
24.	3	3	3	3	1	3	1	2	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3
25.	3	4	4	4	1	3	1	1	2	4	4	1	3	4	3	2	2	4	3	3	4
26.	3	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	4	3	2	3	1	2	2	3	3	2
27.	3	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	1	3	2	3	3	2	2	3	3	2
28.	3	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2
29.	3	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	2	3	3	2
30.	3	3	3	3	1	3	1	2	2	3	3	1	3	3	4	2	2	3	3	3	3
31.	3	4	4	4	1	3	1	2	2	4	4	2	3	4	3	2	2	4	3	3	4
32.	3	4	4	4	1	3	2	2	2	4	4	2	3	4	3	2	2	4	3	3	4
33.	3	4	4	4	1	3	2	2	2	4	4	2	3	4	3	2	2	4	3	3	4
34.	3	4	4	4	1	3	2	2	1	4	4	1	3	4	4	3	2	4	3	3	4
35.	3	3	3	3	1	3	1	2	2	3	3	1	3	3	4	2	2	3	3	3	3
36.	3	3	3	3	1	3	1	2	2	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3
37.	3	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3
38.	3	3	3	3	1	3	1	2	2	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3
39.	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2
40.	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	2	2	3	3	2

No resp	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	jumlah
1.	1	3	3	2	4	1	4	4	1	2	4	1	4	102
2.	1	4	1	1	4	4	4	4	2	2	4	1	4	91
3.	1	3	1	2	4	3	3	3	1	1	3	1	4	91
4.	2	3	3	1	3	2	4	4	1	2	4	1	3	96
5.	2	3	2	2	3	2	4	4	2	2	4	1	3	98
6.	1	3	3	1	2	2	2	3	2	2	3	1	4	83
7.	1	3	1	2	3	2	4	4	2	2	4	1	4	96
8.	2	3	2	1	1	1	4	4	1	2	4	1	3	88
9.	2	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	72
10.	2	3	1	2	3	2	4	3	1	1	3	1	3	84
11.	2	3	2	2	2	2	4	3	2	2	3	1	3	86
12.	2	3	3	2	2	2	4	4	1	2	4	1	3	91
13.	2	3	2	3	2	3	4	4	2	2	4	1	3	94
14.	2	3	2	2	2	3	4	4	1	2	4	1	3	95
15.	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	1	3	87
16.	2	3	2	2	2	3	4	4	2	2	4	1	3	94
17.	2	3	2	2	2	2	4	4	1	2	4	1	3	93
18.	2	2	3	2	2	3	3	3	1	2	4	1	3	86
19.	2	3	2	3	2	3	3	3	1	2	3	1	3	84
20.	2	3	2	2	2	3	4	4	1	2	4	1	3	94
21.	2	3	3	2	2	3	2	4	4	2	4	1	3	91
22.	2	3	3	2	2	3	2	4	1	2	4	1	3	91
23.	2	3	3	2	2	2	4	4	1	2	4	1	3	94
24.	2	3	2	2	2	3	3	3	1	2	3	1	3	84
25.	2	3	1	3	2	2	4	4	1	2	4	1	3	92
26.	2	3	4	3	2	3	2	2	1	2	2	1	3	77
27.	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	73
28.	2	3	2	2	2	3	2	4	1	2	3	1	3	76
29.	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	3	72
30.	2	3	3	3	2	3	3	3	1	2	3	1	3	86
31.	2	3	3	2	2	3	4	4	2	2	4	1	3	97
32.	2	3	3	2	2	3	4	4	1	2	4	1	3	97
33.	2	3	3	2	2	2	4	4	2	2	4	1	3	97
34.	2	3	3	3	2	3	4	4	1	2	4	1	3	98
35.	2	3	3	4	2	3	3	3	1	2	3	1	3	87
36.	2	3	2	2	2	3	3	4	1	2	3	1	3	87
37.	2	3	3	3	2	3	3	4	1	2	3	1	3	90
38.	2	3	3	2	2	3	3	4	1	2	3	1	3	86
39.	2	3	3	2	2	3	2	4	2	2	2	1	3	79
40.	2	3	3	3	2	3	2	4	1	3	2	2	3	84

**Data Uji Coba Skala Komformitas (X-2) Tahap 2**

No resp	2	3	4	6	7	10	No item							Jumlah
							11	14	18	21	28	29	32	
1.	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	28
2.	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	34
3.	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	39
4.	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	37
5.	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	43
6.	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	31
7.	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	38
8.	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	38
9.	2	2	2	3	1	2	3	2	2	3	3	2	2	26
10.	3	3	3	2	1	3	4	3	3	4	4	3	3	39
11.	3	3	3	3	1	3	4	3	3	2	4	3	3	39
12.	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	34
13.	4	4	4	2	2	4	4	3	4	2	4	4	4	41
14.	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	43
15.	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	39
16.	4	4	2	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	41
17.	4	4	4	3	1	4	3	4	4	4	4	4	4	43
18.	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	27
19.	4	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	33
20.	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	39
21.	4	4	2	3	1	4	2	4	4	2	2	4	4	35
22.	4	4	4	3	2	4	2	4	4	2	2	4	4	35
23.	4	4	2	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	46
24.	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	39
25.	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	52
26.	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	26
27.	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	21
28.	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	4	3	46
29.	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	26
30.	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	39
31.	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	46
32.	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	34
33.	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	37
34.	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	46
35.	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	35
36.	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	43
37.	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	34
38.	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	4	3	43
39.	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	2	40
40.	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	2	43

## **LAMPIRAN D**

### **UJI VALIDITAS ITEM DAN RELIABILITAS SKALA PENELITIAN**

- 1. Uji Validitas Item dan Reliabilitas Skala Perilaku  
Konsumtif**
- 2. Uji Validitas Item dan Reliabilitas Skala Citra Diri**
- 3. Uji Validitas Item dan Reliabilitas Skala Komformitas**

## Uji Validitas Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 1

### Reliabilitas

Scale : ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.957	41

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	112.42	207.584	.743	.955
VAR00002	112.35	204.233	.967	.954
VAR00003	112.57	206.148	.761	.955
VAR00004	112.35	204.233	.967	.954
VAR00006	112.32	204.738	.944	.954
VAR00007	112.35	204.233	.967	.954
VAR00008	112.57	206.917	.724	.955
VAR00010	112.35	204.233	.967	.954
VAR00011	111.92	221.507	.402	.957
VAR00016	112.52	209.948	.603	.956
VAR00017	112.30	206.933	.884	.954
VAR00018	112.48	208.769	.688	.956
VAR00020	112.57	206.148	.761	.955
VAR00021	112.57	206.917	.724	.955
VAR00022	112.35	204.233	.967	.954
VAR00023	112.42	207.584	.743	.955
VAR00026	112.32	204.738	.944	.954
VAR00027	112.57	206.917	.724	.955
VAR00029	112.35	204.233	.967	.954
VAR00031	112.30	205.190	.924	.954
VAR00035	112.35	204.233	.967	.954
VAR00036	112.35	204.233	.967	.954
VAR00037	112.35	204.233	.967	.954
VAR00039	112.42	207.584	.743	.955

VAR00040	112.30	205.190	.924	.954
VAR00005	114.85	223.310	.010	.958
VAR00009	113.68	224.122	-.062	.959
VAR00012	114.85	222.592	.119	.958
VAR00013	114.18	224.558	-.099	.959
VAR00014	114.37	221.625	.073	.959
VAR00015	112.98	225.717	-.163	.960

VAR00019	114.87	222.779	.132	.958
VAR00024	114.00	223.538	-.023	.958
VAR00025	114.00	222.718	.050	.958
VAR00028	113.72	223.281	-.007	.959
VAR00030	113.87	222.266	.078	.958
VAR00032	113.65	220.182	.183	.958
VAR00033	114.65	221.156	.159	.958
VAR00034	114.90	223.426	.000	.958
VAR00038	113.65	222.644	.025	.959
VAR00041	114.00	223.538	-.023	.958

## Uji Validitas Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 2

### Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	84.25	199.218	.757	.984
VAR00002	84.17	196.148	.971	.983
VAR00003	84.40	197.938	.767	.984
VAR00004	84.17	196.148	.971	.983
VAR00006	84.15	196.644	.947	.983
VAR00007	84.17	196.148	.971	.983
VAR00008	84.40	199.118	.710	.984
VAR00010	84.17	196.148	.971	.983
VAR00011	83.75	213.167	.397	.985
VAR00016	84.35	201.721	.607	.985
VAR00017	84.12	198.728	.892	.983
VAR00018	84.30	200.267	.707	.984
VAR00020	84.40	197.938	.767	.984
VAR00021	84.40	199.118	.710	.984
VAR00022	84.17	196.148	.971	.983
VAR00023	84.25	199.218	.757	.984
VAR00026	84.15	196.644	.947	.983
VAR00027	84.40	199.118	.710	.984
VAR00029	84.17	196.148	.971	.983
VAR00031	84.12	197.035	.930	.983
VAR00035	84.17	196.148	.971	.983

VAR00036	84.17	196.148	.971	.983
VAR00037	84.17	196.148	.971	.983
VAR00039	84.25	199.218	.757	.984
VAR00040	84.12	197.035	.930	.983

## Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.984	25

## Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Citra Diri (X-1) Tahap 1

### Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	104.78	44.230	.890	.873
VAR00002	104.65	43.977	.830	.874
VAR00003	104.78	51.974	-.272	.904
VAR00004	104.73	43.999	.877	.873
VAR00005	104.70	43.600	.924	.872
VAR00006	104.75	42.910	.881	.871
VAR00007	104.75	42.910	.881	.871
VAR00008	104.70	43.959	.863	.873
VAR00009	104.80	49.600	-.032	.891
VAR00010	104.68	49.097	.031	.891
VAR00011	104.78	44.230	.890	.873
VAR00012	104.65	46.644	.240	.890
VAR00013	104.78	42.640	.863	.871
VAR00014	104.65	43.977	.830	.874
VAR00015	104.93	49.507	.004	.888
VAR00016	104.85	46.131	.542	.880
VAR00017	104.95	48.562	.264	.885
VAR00018	104.08	49.815	-.080	.888
VAR00019	104.70	43.600	.924	.872
VAR00020	104.75	42.910	.881	.871

VAR00021	104.05	49.279	.140	.886
VAR00022	104.75	42.910	.881	.871
VAR00023	104.03	49.615	.000	.887
VAR00024	104.85	48.849	.115	.888
VAR00025	104.20	47.959	.283	.885
VAR00026	107.00	50.000	-.183	.888
VAR00027	104.83	47.840	.287	.885
VAR00028	104.03	49.615	.000	.887
VAR00029	104.20	49.190	.016	.892
VAR00030	104.80	48.882	.075	.889
VAR00031	104.90	48.810	.091	.889
VAR00032	104.65	46.746	.392	.883
VAR00033	106.13	51.087	-.298	.894

## Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	33

## Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Citra Diri (X-1) Tahap 2

### Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	46.18	37.379	.882	.974
VAR00002	46.05	37.074	.835	.974
VAR00004	46.12	36.933	.914	.973
VAR00005	46.10	36.605	.953	.973
VAR00006	46.15	35.772	.939	.973
VAR00007	46.15	35.772	.939	.973
VAR00008	46.10	37.221	.839	.974
VAR00011	46.18	37.379	.882	.974
VAR00013	46.18	35.533	.916	.973
VAR00014	46.05	37.074	.835	.974
VAR00016	46.25	38.756	.602	.978
VAR00019	46.10	36.605	.953	.973
VAR00020	46.15	35.772	.939	.973
VAR00022	46.15	35.772	.939	.973
VAR00032	46.05	40.049	.324	.982

## Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.976	15

## Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Komformitas (X-2) Tahap 1

### Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	86.38	87.215	-.065	.889
VAR00002	86.05	75.126	.912	.872
VAR00003	85.95	76.408	.849	.874
VAR00004	85.95	76.408	.849	.874
VAR00005	88.38	86.702	.017	.889
VAR00006	86.18	75.174	.843	.873
VAR00007	86.22	75.204	.817	.874
VAR00008	87.30	86.215	.024	.892
VAR00009	87.18	86.712	-.018	.892
VAR00010	86.05	75.126	.912	.872
VAR00011	86.12	75.292	.863	.873
VAR00012	88.20	87.549	-.087	.893
VAR00013	88.22	85.307	.102	.890
VAR00014	86.02	74.897	.930	.872
VAR00015	86.12	86.881	-.025	.891
VAR00016	87.25	84.346	.149	.890
VAR00017	87.62	86.804	-.006	.889
VAR00018	86.18	75.635	.847	.874
VAR00019	88.50	86.923	.000	.888
VAR00020	87.70	86.421	.045	.889
VAR00021	86.22	75.204	.817	.874

VAR00022	87.62	86.856	-.007	.889
VAR00023	86.50	86.103	.183	.887
VAR00024	88.50	86.923	.000	.888
VAR00025	87.35	86.695	-.014	.892
VAR00026	87.28	85.230	.114	.889
VAR00027	86.90	84.759	.151	.889
VAR00028	86.05	75.126	.912	.872
VAR00029	86.12	75.292	.863	.873
VAR00030	88.12	85.753	.067	.890
VAR00031	85.50	86.923	.000	.888
VAR00032	86.18	75.635	.847	.874
VAR00033	85.85	85.926	.085	.889
VAR00034	87.72	86.871	-.016	.890

## Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	34

## Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Komformitas (X-2) Tahap 2

### Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00002	40.75	62.551	.955	.979
VAR00003	40.65	63.772	.890	.980
VAR00004	40.65	63.772	.890	.980
VAR00006	40.88	63.343	.816	.982
VAR00007	40.93	63.507	.779	.982
VAR00010	40.75	62.551	.955	.979
VAR00011	40.82	62.661	.908	.980
VAR00014	40.72	62.512	.957	.979
VAR00018	40.88	62.984	.893	.980
VAR00021	40.93	63.507	.779	.982
VAR00028	40.75	62.551	.955	.979
VAR00029	40.82	62.661	.908	.980
VAR00032	40.88	62.984	.893	.980

## Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.982	13



**LAMPIRAN E**  
**DATA PENELITIAN**

- 1. Data Skala Perilaku Konsumtif**
- 2. Data Skala Citra Diri**
- 3. Data Skala Komformitas**

Data Perilaku Konsumtif (Y)

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

34.	1	2	4	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1
35.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	4	4	1	1
36.	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
37.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	4	4
38.	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1
39.	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1
40.	2	4	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1
41.	2	1	1	1	3	1	1	2	1	1	3	1	1	2	1	1	1	2	1	1
42.	1	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
43.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	4	4	4	4	1
44.	1	1	2	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	4
45.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	1	1
46.	1	1	1	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1
47.	1	2	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1
48.	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	1	2	1	3	1	1
49.	2	2	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
50.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
51.	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
52.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	1	1	1	4	1
53.	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	4	4	1	4	1
54.	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	3
55.	3	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	1	2	1	1
56.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	4	4	1	2	1	1
57.	1	2	1	1	2	3	1	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
58.	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	4	1	3	1	1	1	1	2	1	1
59.	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	1	1	1	1	1	1
60.	3	2	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
61.	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	1	1
62.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	1	1
63.	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1
64.	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1
65.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	3	1	4	3	1	1	2	4	1
66.	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	3	1	2	1	1	2	3	1	2	1
67.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1	1	2	1	1
68.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1
69.	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1
70.	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1
71.	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2
72.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	2	4	1	2	1	1	1

73.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	4	3	2	1	1
74.	1	2	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
75.	1	1	3	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
76.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	4	1	1	1	1	1
77.	1	1	1	2	3	1	1	1	1	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1
78.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	4	1	1	1	1	4
79.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	2	3	1
80.	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	3	1
81.	1	1	4	1	1	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1
82.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3
83.	1	1	1	4	1	4	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
84.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1
85.	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4
86.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1
87.	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4
88.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4
89.	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	4	1	1	3
90.	3	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	2	3	1	1	1	3	1	1	1
91.	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1
92.	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1
93.	1	4	1	1	3	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1
94.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	4	4	1	3
95.	1	1	1	1	2	1	1	4	1	1	1	1	1	3	1	1	4	1	1	1
96.	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	4
97.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1

No resp	No item					jumlah
	21	22	23	24	25	
1.	1	1	1	1	1	25
2.	2	1	1	1	1	32
3.	1	1	3	1	1	35
4.	1	3	1	2	1	31
5.	2	2	4	4	2	39
6.	1	4	1	3	2	31
7.	1	1	4	4	1	32
8.	2	4	4	4	4	38
9.	1	2	1	1	1	32
10.	2	1	1	1	1	32
11.	4	1	1	1	1	38
12.	1	1	1	1	1	37
13.	1	2	1	1	1	38
14.	1	1	1	1	1	37
15.	1	2	1	1	1	35
16.	1	1	1	1	1	36
17.	1	1	1	1	1	39
18.	1	1	1	1	1	31
19.	1	1	3	1	1	35
20.	1	1	1	1	1	34
21.	1	1	1	1	1	36
22.	1	2	1	1	1	39
23.	1	2	1	1	1	33
24.	1	1	1	2	1	38
25.	1	1	1	2	1	37
26.	1	1	1	1	1	32
27.	3	1	2	3	1	39
28.	1	2	1	1	1	38
29.	1	1	1	1	1	34
30.	1	1	1	1	1	36
31.	1	1	1	1	1	32
32.	1	1	1	1	1	35
33.	1	2	1	1	1	39
34.	4	1	1	1	1	36
35.	1	1	1	1	1	32
36.	1	1	1	1	1	31
37.	4	2	1	1	1	38
38.	4	4	1	3	1	35
39.	4	1	1	2	1	34
40.	1	1	1	1	1	33
41.	1	3	1	1	3	37
42.	1	1	1	1	1	31
43.	1	1	1	1	1	38
44.	1	1	1	1	1	37
45.	1	1	1	1	1	37

46.	1	4	1	1	1	38
47.	1	1	1	1	1	35
48.	1	2	1	1	1	37
49.	1	1	1	1	1	34
50.	1	1	3	1	1	33
51.	4	1	1	1	1	36
52.	1	1	1	1	1	32
53.	1	1	1	1	3	38
54.	1	3	1	4	2	36
55.	1	1	1	1	1	37
56.	1	1	1	1	1	33
57.	1	2	1	1	1	34
58.	1	1	1	1	1	33
59.	1	1	1	1	1	32
60.	1	1	1	1	1	34
61.	1	1	1	1	1	37
62.	1	1	1	3	1	36
63.	1	1	1	1	1	35
64.	1	1	1	1	1	33
65.	1	1	1	1	1	39
66.	1	1	1	1	1	34
67.	1	1	2	1	1	36
68.	1	1	1	1	1	31
69.	1	1	1	1	1	33
70.	1	1	1	1	1	32
71.	1	3	1	1	4	34
72.	3	1	1	1	1	35
73.	4	2	1	1	1	36
74.	1	1	1	1	1	32
75.	1	1	1	1	1	30
76.	1	1	1	1	1	35
77.	1	1	1	1	1	34
78.	1	1	1	1	1	35
79.	1	1	1	1	1	34
80.	1	2	1	1	2	33
81.	1	1	1	1	1	35
82.	4	1	1	1	1	31
83.	1	1	1	1	1	34
84.	4	2	1	1	1	35
85.	4	4	1	1	1	36
86.	1	1	1	1	1	34
87.	1	1	1	1	1	32
88.	3	1	1	1	1	36
89.	1	1	1	1	1	33
90.	1	1	1	1	1	38
91.	1	3	3	1	3	35
92.	1	1	1	1	1	32
93.	1	1	1	2	4	39
94.	1	1	1	1	1	35
95.	1	3	1	1	3	38

96.	1	1	1	1	1	35
97.	1	1	1	1	1	34

**Data Citra Diri (X-1)**

No resp	No item															jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
2.	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	57
3.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
4.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	57
5.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	59
6.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
7.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
8.	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	50
9.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
10.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
11.	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	53
12.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
13.	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	52
14.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
15.	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	57
16.	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	55
17.	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	55
18.	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	51
19.	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	58
20.	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	52
21.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	59
22.	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	52
23.	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	53
24.	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	53
25.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	57
26.	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	57
27.	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	54
28.	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	54
29.	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	53
30.	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	58
31.	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	54
32.	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	53
33.	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	55
34.	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	55
35.	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	55
36.	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	54
37.	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	55
38.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	59
39.	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	50
40.	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	55
41.	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	54

42.	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	53
43.	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	54
44.	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	56
45.	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	53
46.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	57
47.	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	56
48.	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	53
49.	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	56
50.	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	53
51.	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	57
52.	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	54
53.	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	51
54.	3	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	54
55.	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	55
56.	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	52
57.	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	54
58.	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	55
59.	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	51
60.	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	55
61.	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	54
62.	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	53
63.	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	50
64.	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	55
65.	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	52
66.	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	50
67.	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	53
68.	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	56
69.	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	54
70.	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	52
71.	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	55
72.	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	52
73.	4	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	52
74.	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	56
75.	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	53
76.	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	54
77.	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	53
78.	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	52
79.	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	55
80.	4	3	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	53
81.	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	52
82.	3	2	3	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	51
83.	4	4	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	51
84.	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	51
85.	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	56
86.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
87.	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	50
88.	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	51
89.	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	53

90.	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	55
91.	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	51
92.	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	50
93.	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	53
94.	4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	3	50
95.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
96.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	58
97.	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	56



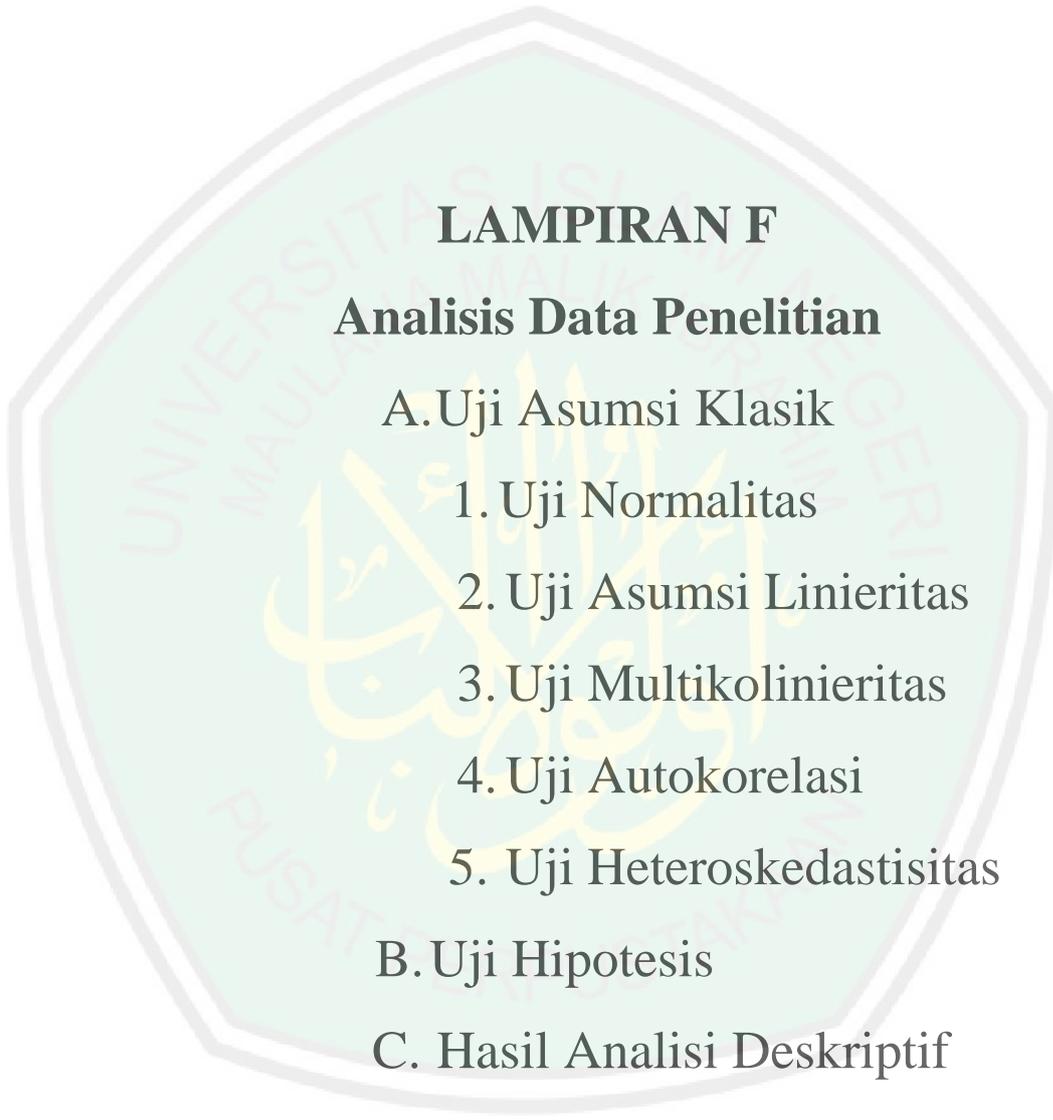
**Data Perilaku Komformitas (X-2)**

No resp	No item													jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
2.	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	19
3.	3	3	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	3	21
4.	1	4	4	1	1	4	1	1	1	1	1	4	1	25
5.	1	1	1	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	18
6.	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	16
7.	3	4	4	2	1	3	1	1	1	1	3	1	1	26
8.	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	3	20
9.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	25
10.	3	3	3	3	1	1	3	1	1	3	1	1	3	27
11.	3	3	3	1	3	1	1	3	1	1	1	1	3	25
12.	4	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	1	25
13.	3	4	4	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	26
14.	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	4	1	4	28
15.	3	3	3	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	29
16.	4	1	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	23
17.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	4	4	24
18.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
19.	3	3	3	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	26
20.	4	1	1	3	1	4	1	1	1	1	1	1	3	23
21.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	24
22.	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	16
23.	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
24.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
25.	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
26.	2	2	2	2	1	1	2	4	4	1	1	1	2	25
27.	1	1	2	1	2	2	2	4	4	4	1	4	1	29
28.	4	4	4	2	2	4	1	1	1	1	1	1	1	27
29.	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	19
30.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13
31.	4	1	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	25
32.	4	4	4	4	1	1	4	1	1	1	1	1	1	28
33.	1	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	22
34.	4	4	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	25
35.	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	29
36.	1	4	4	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	28
37.	1	4	4	1	1	1	4	1	3	1	1	4	1	27
38.	4	4	1	1	4	1	1	1	4	1	1	1	1	25
39.	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	22
40.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13

41.	1	1	1	1	4	1	1	3	1	1	1	4	4	24
42.	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
43.	3	3	3	3	1	1	4	1	3	3	1	1	1	28
44.	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	25
45.	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	28
46.	2	1	1	1	1	2	1	1	2	4	3	3	3	25
47.	3	3	1	1	1	3	1	1	3	4	2	4	1	28
48.	3	3	2	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1	29
49.	2	2	2	2	2	2	3	3	1	1	1	1	1	23
50.	3	3	1	3	3	1	1	1	1	4	1	1	1	24
51.	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	19
52.	1	4	1	1	1	1	4	3	1	1	1	1	1	21
53.	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	4	4	25
54.	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
55.	3	3	3	3	1	1	4	1	1	1	1	1	3	26
56.	4	4	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24
57.	4	4	3	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	27
58.	1	3	3	1	1	1	1	1	3	1	3	4	1	24
59.	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	19
60.	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18
61.	1	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
62.	2	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
63.	1	4	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
64.	3	3	1	1	1	1	1	1	3	4	3	3	3	28
65.	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
66.	2	2	2	2	2	1	1	1	2	4	2	2	2	25
67.	2	1	1	1	1	2	4	2	2	4	2	2	2	26
68.	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
69.	2	2	2	2	2	2	3	4	2	1	1	1	2	26
70.	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	21
71.	4	1	1	1	1	1	4	1	1	1	4	1	1	22
72.	1	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	21
73.	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	4	4	4	27
74.	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	31
75.	3	3	3	3	3	3	4	1	1	1	1	1	1	28
76.	1	1	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	3	21
77.	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
78.	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
79.	1	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
80.	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
81.	1	2	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	23
82.	4	2	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	24
83.	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	3	3	19
84.	4	3	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	26
85.	4	4	4	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	27
86.	3	4	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	24
87.	2	4	3	3	4	3	2	4	3	1	1	4	4	38

88.	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	18
89.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	15
90.	3	3	3	2	1	3	1	1	1	4	1	4	1	28
91.	3	3	3	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	22
92.	4	3	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	27
93.	4	2	3	2	1	3	1	1	1	1	1	1	4	25
94.	4	4	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	25
95.	3	4	3	1	3	1	1	3	1	1	3	1	4	29
96.	3	3	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4	26
97.	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	18





**LAMPIRAN F**  
**Analisis Data Penelitian**

**A. Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas
2. Uji Asumsi Linieritas
3. Uji Multikolinieritas
4. Uji Autokorelasi
5. Uji Heteroskedastisitas

**B. Uji Hipotesis**

**C. Hasil Analisa Deskriptif**

## A. HASIL UJI ASUMSI

### 1. Hasil uji normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		citradiri	komformitas	konsumtif
N		97	97	97
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	57.1134	16.2268	27.7423
	Std. Deviation	2.11580	2.07417	1.99624
Most Extreme Differences	Absolute	.107	.100	.109
	Positive	.086	.100	.109
	Negative	-.107	-.092	-.096
Kolmogorov-Smirnov Z		.931	.987	.850
Asymp. Sig. (2-tailed)		.213	.284	.200

a. Test distribution is Normal.

### 2. Hasil uji linieritas

a. Uji linieritas antara citra diri dengan perilaku konsumtif

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
konsumtif * citradiri	Between Groups	(Combined)	71.835	11	6.530	.462	.922
		Linearity	.001	1	.001	.000	.992
		Deviation from Linearity	71.834	10	7.183	.508	.880
	Within Groups		1201.835	85	14.139		
	Total		1273.670	96			

b. Uji linieritas antara komformitas dengan perilaku konsumtif

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
konsumtif * komformitas	Between Groups	(Combined)	193.366	15	12.891	.967	.497
		Linearity	3.579	1	3.579	.268	.606
		Deviation from Linearity	189.787	14	13.556	1.016	.446
	Within Groups		1080.304	81	13.337		
	Total		1273.670	96			

**3. Hasil uji multikolinieritas**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	26.548	5.267		5.041	.000		
	citradiri	-.112	.084	-.119	-1.332	.186	.965	1.036
	komformitas	.469	.086	.488	5.451	.000	.965	1.036

a. Dependent Variable: konsumtif

#### 4. Hasil uji autokorelasi

Model Summary<sup>b</sup>

R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.274	.258	1.719	1.733

a. Predictors: (Constant), komformitas, citradiri

b. Dependent Variable: konsumtif

#### 5. hasil uji heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	26.548	5.267		.841	.399
	Citradiri	.112	.084	.119	.332	.633
	komformitas	.469	.086	.488	.451	.597

### B. UJI HIPOTESIS

#### Regression

#### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Citradiri	57.11	2.116	97
komformitas	16.23	2.074	97
Konsumtif	27.74	1.996	97

**Correlations**

		citradiri	komformitas	konsumtif
Citradiri	Pearson Correlation	1	-.186	-.210 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)		.068	.039
	N	97	97	97
komformitas	Pearson Correlation	-.186	1	.510 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.068		.000
	N	97	97	97
Konsumtif	Pearson Correlation	-.210 <sup>*</sup>	.510 <sup>**</sup>	1
	Sig. (2-tailed)	.039	.000	
	N	97	97	97

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	komformitas, citradiri <sup>a</sup>		. Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: konsumtif

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.523 <sup>a</sup>	.274	.258	1.719	.274	17.710	2	94	.000	1.733

a. Predictors: (Constant), komformitas, citradiri

b. Dependent Variable: konsumtif

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104.698	2	52.349	17.710	.000 <sup>a</sup>
	Residual	277.858	94	2.956		
	Total	382.557	96			

a. Predictors: (Constant), komformitas, citradiri

b. Dependent Variable: konsumtif