

ABSTRAK

Zakiyyaa, Amillah. 2012. "Hubungan Kepercayaan Diri Mahasiswa Baru dengan Perilaku Konsumtif Remaja Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang"
Skripsi, Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing Retno Mangestuti, M.Si

Kata Kunci: Kepercayaan Diri, Perilaku Konsumtif

Kepercayaan diri merupakan keyakinan pada kemampuan diri sendiri untuk mencapai kesuksesan dalam hidup. Perilaku konsumtif adalah tindakan konsumen dalam mendapatkan, menggunakan, dan mengambil keputusan dalam memilih suatu barang yang belum menjadi kebutuhannya serta bukan menjadi prioritas utama, hanya karena ingin mengikuti mode, mencoba produk baru, bahkan hanya untuk memperoleh pengakuan sosial dengan dominasi faktor emosi sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Sikap ini muncul karena banyak faktor, yang salah satunya adalah iklan. Banyak iklan yang menggambarkan seseorang yang tidak percaya diri hingga akhirnya menjadi luar biasa percaya diri setelah menggunakan suatu produk (terutama iklan-iklan kosmetik dan perawatan tubuh). Biasanya orang yang mengalami kenaikan status sosial akan cenderung sangat konsumtif untuk menyesuaikan dengan statusnya yang baru atau untuk tampil lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan "level" barunya. Ada juga orang yang menggunakan barang-barang bermerk untuk menutupi ketidakpercayaan diri akan fisiknya. Orang yang seperti itu maka akan cenderung berperilaku konsumtif karena kurang kepercayaan dalam dirinya.

Penelitian dilakukan pada mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Rancangan penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi penelitian yang diteliti adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan sampelnya adalah mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang sebanyak 198 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive random sampling*. Jenis instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala kepercayaan diri dan skala perilaku konsumtif dengan menggunakan model skala likert. Analisis deskriptif menggunakan kategori Mean dan Standar Deviasi. Analisis Korelasional menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*.

Hasil penelitian menunjukkan tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berdasarkan hasil analisis data berada pada kategori tinggi sebesar 160 mahasiswa dengan prosentase 80,8%. Sedangkan untuk tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori rendah sebesar 119 mahasiswa dengan prosentase 60,1%. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak adanya hubungan antara kepercayaan diri mahasiswa baru dengan perilaku konsumtif remaja Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, yang ditunjukkan dengan hasil korelasi antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif sebesar -0.128 dengan taraf signifikansi sebesar 0,072 ($p > 0.05$).