

**HUBUNGAN HARGA DIRI DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP  
KECENDERUNGAN PEMBELIAN KOMPULSIF PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UIN MALIKI MALANG**

**SKRIPSI**



**Oleh**

**SITI MAISYAROH**

**NIM. 12410027**

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

**2016**

**HUBUNGAN HARGA DIRI DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP  
KECENDERUNGAN PEMBELIAN KOMPULSIF PADA MAHASISWA  
FAKULTAS EKONOMI UIN MALIKI MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh

gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh

**SITI MAISYAROH**

**NIM. 12410027**

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

**2016**





## MOTTO

**“Dan hamba-hamba Tuhan yang Maha Penyayang itu (ialah) orang-orang yang berjalan di atas bumi dengan rendah hati dan apabila orang-orang jahil menyapa mereka, mereka mengucapkan kata-kata (yang mengandung) keselamatan.”(Q.S Al-Furqan :63)**

**“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”(Q.S Al-Furqan : 67)**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya ini kupersembahkan untuk :

1. Ibu Dewi Utami dan Bapak Wijianto, yang telah mendukung, memberiku motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang dan doa yang teramat besar yang tak mungkin bisa kubalas dengan apapun.
2. Untuk kedua Kakakku Deni Kurniawan dan Mafia Firsada yang senantiasa mendoakan agar diberi kemudahan dan memberiku semangat untuk menjadi sukses.
3. Para kerabat terdekat yang selalu memberiku kasih sayangnya dan memberikan dukungan dukungan beserta doanya.
4. Sahabat-sahabatku yang selalu memberikan kekuatan dan memberi semangat Mey, Fitria, Ardana dan lainnya tak bisa kusebut satu persatu
5. Teman-teman Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014 yang tak luput dari bagian ini kuucapkan terimakasih untuk semuanya.
6. Teman-teman Fakultas Psikologi 2012 terimakasih kalian memang luar biasa.

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrohmanirrohim.*

Puji syukur kehadirat kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian yang berjudul “Hubungan harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang”, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S-1 di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Peneliti menyadari bahwa dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti mendapat bantuan yang sangat besar dari berbagai pihak. Peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Malik Ibrahim Malang.

Dr. Rahmat Aziz, M. Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dengan penuh kesabaran.

Keluarga besar saya yang tiada henti memberi kasih sayang, dukungan dan doa kepada peneliti untuk bisa menjalani studi dengan hasil yang baik dan sukses.

Segegap dosen Fakultas Psikologi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan seluruh staf yang selalu sabar melayani administrasi selama proses penelitian ini.

Sahabat-sahabat saya Isna Vitasari, Risky Ananda, Nurhuzaifah Amini, Donny Taufik, Tri Winarni, Mirza Ayatulloh, Lely Nur, Fitria, Nur Atiqoh, Demara Balqis, Novita Qurrota, dan masih banyak sahabat yang lainnya yang sudah banyak membantu dan menjadi sandaran peneliti ketika lagi mengalami kesusahan.

Teman-teman psikologi angkatan 2012 dan keluarga besar psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan banyak pelajaran.

Dan semua pihak yang telah mendukung peneliti berbagai hingga terselesaikannya penelitian ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Dalam skripsi ini, peneliti menyadari masih jauh dari kesempurnaan karena terbatasnya pengetahuan dan keterampilan yang peneliti miliki, untuk itu peneliti mengharapkan saran yang bersifat membangun guna penyempurna skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga karya ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu dan pengaplikasiannya.

Malang, 16 Mei 2016

Peneliti,

Siti Maisyaroh

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR.....	i
HALAMAN JUDUL DALAM.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxv
ABSTRAK.....	xxvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan.....	11
BAB II.....	13
KAJIAN PUSTAKA.....	13
A. Pembelian Kompulsif.....	13
1. Definisi Pembelian Kompulsif.....	13
2. Aspek-Aspek Pembelian Kompulsif.....	15
3. Faktor-Faktor Pembelian Kompulsif.....	16
4. Karakteristik Pembelian Kompulsif.....	19
5. Pembelian Kompulsif dalam Perspektif Islam.....	20
B. Harga Diri.....	24
1. Definisi Harga Diri.....	24

2. Aspek-Aspek Harga Diri.....	27
3. Faktor-Faktor Harga Diri.....	28
4. Pembentukan Harga Diri.....	30
5. Harga Diri dalam Perspektif Islam .....	32
C. Gaya Hidup .....	37
1. Definisi Gaya Hidup .....	37
2. Macam-macam Gaya Hidup .....	37
D. Gaya Hidup Hedonis.....	40
1. Definisi Gaya Hidup Hedonis.....	40
2. Aspek-aspek Gaya Hidup Hedonis.....	42
3. Faktor-faktor Gaya Hidup Hedonis.....	43
4. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam .....	43
E. Hubungan Harga Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif.....	48
F. Hipotesis .....	54
BAB III .....	55
METODE PENELITIAN.....	55
A. Rancangan Penelitian.....	55
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	56
C. Definisi Operasional .....	57
D. Populasi dan Sampel.....	59
E. Lokasi Penelitian.....	61
F. Metode Pengambilan Data.....	61
G. Validitas Dan Reliabilitas.....	69
H. Metode Analisis Data.....	74
I. Uji Hipotesis.....	76
J. Analisis Deskriptif.....	76
BAB IV .....	79
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	79
A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	79

B. Pelaksanaan Waktu Penelitian .....	80
C. Paparan Hasil Penelitian .....	81
D. Hasil Analisis Deskriptif.....	87
E. Hasil Uji Hipotesis.....	98
F. Pembahasan.....	102
BAB V .....	121
PENUTUP .....	121
A. Kesimpulan .....	121
B. Saran .....	123
DAFTAR PUSTAKA .....	125



## DAFTAR TABEL

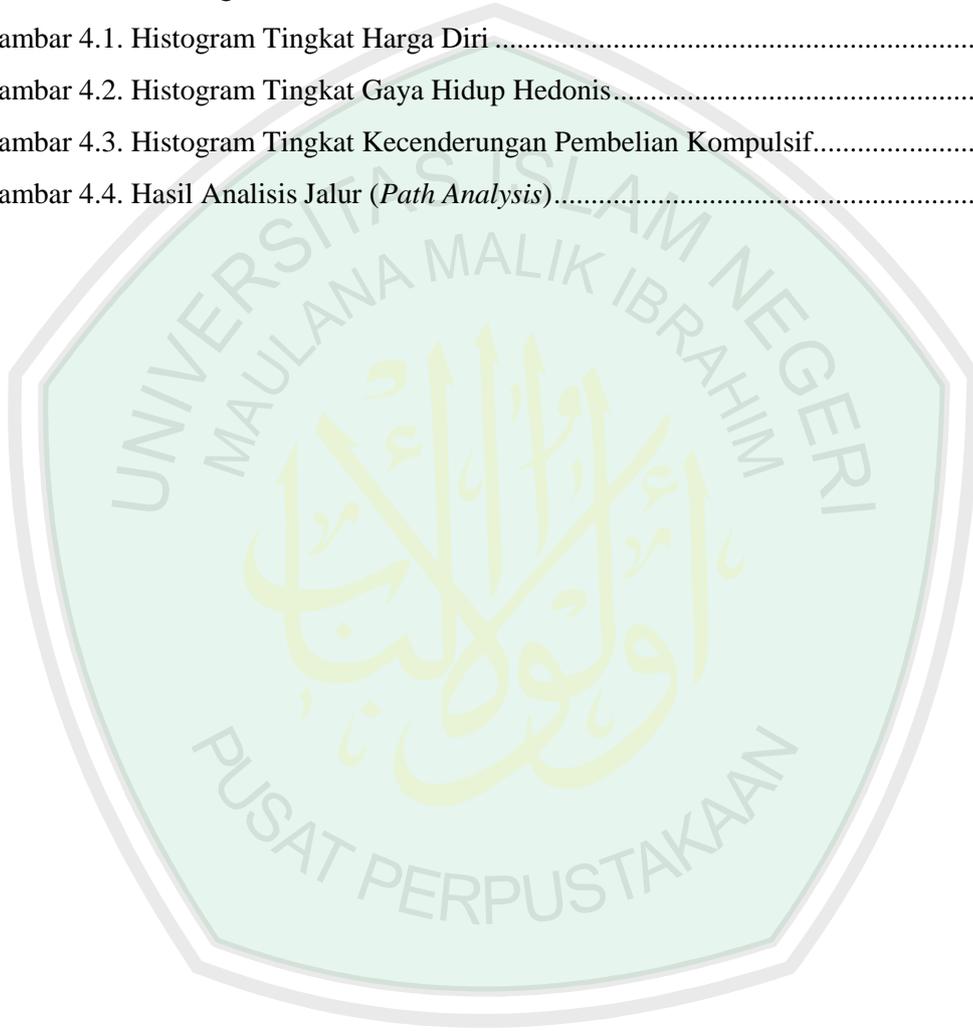
Tabel 3.1. Blueprint Skala Harga Diri .....	65
Tabel 3.2. Blueprint Skala Gaya Hidup Hedonis .....	67
Tabel 3.3. Blueprint skala Pembelian Kompulsif .....	69
Tabel 3.4 Hasil Ujicoba Validitas Harga Diri .....	70
Tabel 3.5. Hasil Ujicoba Validitas Gaya Hidup Hedonis .....	71
Tabel 3.6. Hasil Ujicoba Validitas Pembelian Kompulsif .....	71
Tabel 3.7 Standart Koefisien Reliabilitas .....	73
Tabel 3.8. Koefisien Ujicoba Reliabilitas Harga Diri, Gaya Hidup Hedonis dan Pembelian Kompulsif .....	74
Tabel 3.9. Standart Pembagian Klasifikasi .....	78
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Harga Diri .....	81
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Gaya Hidup Hedonis .....	82
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Pembelian Kompulsif .....	82
Tabel 4.4. Koefisien Reliabilitas Harga Drii, Gaya Hidup Hedonis dan Pembelian Kompulsif .....	83
Tabel 4.5. Hasil Uji Multikolinier .....	84
Tabel 4.6. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	85
Tabel 4.7. Hasil Uji Normalitas .....	86
Tabel 4.8. Hasil Uji Linieritas .....	87
Tabel 4.9. Penggolongan Norma .....	88
Tabel 4.10. Mean Hipotetik & Standar Deviasi Harga Diri .....	89
Tabel 4.11. Kategorisasi Harga Diri .....	90
Tabel 4.12. Hasil Deskriptif Tingkat Harga Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang .....	90
Tabel 4.13. Mean Hipotetik & Standar Deviasi Gaya Hidup Hedonis .....	92
Tabel 4.14. Kategorisasi Gaya Hidup Hedonis .....	93
Tabel 4.15. Hasil Deskriptif Tingkat Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang .....	94
Tabel 4.16. Mean Hipotetik & Standar Deviasi Pembelian Kompulsif .....	96
Tabel 4.17. Kategorisasi Pembelian Kompulsif .....	96

Tabel 4.18. Hasil Deskriptif Tingkat Pembelian Kompulsif Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.....	97
Tabel 4.19. Koefisien Jalur antara Variabel Eksogen terhadap Variabel Endogen.....	99
Tabel 4.20. Hasil Uji Hipotesis Analisis Jalur .....	101



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1. Rancangan Penelitian.....	56
Gambar 4.1. Histogram Tingkat Harga Diri .....	91
Gambar 4.2. Histogram Tingkat Gaya Hidup Hedonis.....	94
Gambar 4.3. Histogram Tingkat Kecenderungan Pembelian Kompulsif.....	97
Gambar 4.4. Hasil Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	101



## **DAFTAR LAMPIRAN**

### LAMPIRAN A Skala Ujicoba

1. Skala Pembelian Kompulsif
2. Skala Harga Diri
3. Skala Gaya Hidup Hedonis

### LAMPIRAN B Skala Penelitian

1. Skala Pembelian Kompulsif
2. Skala Harga Diri
3. Skala Gaya Hidup Hedonis

### LAMPIRAN C Hasil Analisis Data

- A. DATA HASIL UJI PRASYARAT
  1. Hasil uji multikolinieritas
  2. Hasil uji heterokedastisitas
  3. Hasil uji normalitas
  4. Hasil uji linieritas
- B. UJI HIPOTESIS

### LAMPIRAN D Ujicoba Validitas dan Reliabilitas

1. Ujicoba validitas dan reliabilitas skala pembelian kompulsif
2. Ujicoba validitas dan reliabilitas skala harga diri
3. Ujicoba validitas dan reliabilitas skala gaya hidup hedonis

### LAMPIRAN E Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian

1. Uji validitas dan reliabilitas skala pembelian kompulsif
2. Uji validitas dan reliabilitas skala harga diri
3. Uji validitas dan reliabilitas skala gaya hidup hedonis

### LAMPIRAN F Data Hasil ujicoba dan Penelitian (EXCEL)

- A. DATA HASIL UJICOBA
  1. Data hasil ujicoba skala pembelian kompulsif
  2. Data hasil ujicoba skala harga diri
  3. Data hasil ujicoba skala gaya hidup hedonis
- B. DATA HASIL PENELITIAN
  1. Data hasil penelitian skala pembelian kompulsif
  2. Data hasil penelitian skala harga diri
  3. Data hasil penelitian skala gaya hidup hedonis

### LAMPIRAN G Surat Bukti Penelitian

## ABSTRAK

Siti Maisyaroh. (2016). Hubungan Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang. *Skripsi*. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: Dr. Rahmat Aziz, M.Si

**Kata Kunci :** Harga Diri, Gaya Hidup Hedonis, Kecenderungan Pembelian Kompulsif

---

Mahasiswa merupakan salah satu elemen masyarakat yang sedang melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Dalam penelitian ini mahasiswa termasuk dalam masa remaja yang merupakan kelompok sasaran pemasar yang potensial, karena remaja mudah sekali terbuju oleh rayuan iklan. Remaja akan sangat mudah untuk berbelanja sehingga muncul perilaku pembelian kompulsif. Perilaku pembelian kompulsif ini didasari oleh beberapa factor salah satunya yaitu harga diri. Harga diri merupakan suatu evaluasi atau penilaian yang dilakukan oleh seseorang terhadap dirinya sendiri. Dengan adanya perkembangan zaman bagi sebagian orang mengikuti gaya hidup tren masa sekarang merupakan suatu hal yang penting karena dianggap sebagai sebuah ekspresi diri yang ditunjukkan dengan perilaku membeli pakain/produk. Gaya hidup hedonis merupakan pola perilaku yang dapat diketahui dari aktifitas, minat maupun pendapat seseorang yang mengarah pada kesenangan hidup yang menggambarkan bagaimana ia hidup, bagaimana ia membelanjakan uangnya dan bagaimana ia mengalokasikan waktu yang dimilikinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.

Dalam penelitian ini terdapat 110 sampel dengan teknik random sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga skala, yaitu, skala harga diri, skala gaya hidup hedonis dan skala pembelian kompulsif. Skala harga diri terdiri dari 12 aitem valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,775. Skala gaya hidup hedonis terdiri dari 11 aitem valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,806. Skala pembelian kompulsif terdiri dari 10 aitem valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,842

Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa tingkat harga diri mahasiswa fakultas ekonomi UIN Maliki Malang berada pada kategori tinggi dengan prosentase 50%. Tingkat gaya hidup hedonis berada pada kategori sedang dengan prosentase 46%. Tingkat kecenderungan pembelian kompulsif berada pada kategori sedang dengan prosentase 41%.

Hasil analisis jalur menunjukkan bahwa ada hubungan harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif, menghasilkan nilai koefisien jalur sebesar 0,083 untuk hubungan langsung harga diri dengan

kecenderunagn pembelian kompulsif dengan signifikansi 0,000 sedangkan nilai koefisien jalur sebesar 0,043 untuk hubungan tidak langsung harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif yang dimediasi oleh gaya hidup hedonis dengan signifikansi 0,000.



## ABSTRACT

*Putri, Q. P. (2016). Influence of Organizational Commitment and Religiusitas against teachers and staff Psychological Well Being in MIN Malang I. Thesis, Faculty of Psychology UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Supervisor: Dr. Iin Tri Rahayu, M.Si*

*Keywords: Organizational Commitment, Religiosity, Psychological Well Being, Teacher and Staff*

---

*Agents of learning and improve the function of education is the role of teachers and employees of educational institutions, not only in public but also madrasah schools. Director General of Islamic Education Ministry of Religious Affairs (MORA) Kamaruddin Amin explained that the low quality of education in Indonesia, both in madrasah education and public schools, because the quality of teachers is still low. Teachers who seek to improve their quality and maximize the potential that exists within him can be interpreted teachers and the employee has the psychological well being. Facts on the ground indicate that teachers and employees experience psychological well being rather low, but the organization's commitment and high religiosity. In contrast to the theory that organizational commitment and high religiosity can make psychological well being to be high.*

*The purpose of this study is (1) to determine the level of organizational commitment of teachers and employees at MIN Malang I, (2) to determine the level of religiosity of teachers and employees at MIN Malang I, (3) to determine the level of psychological well being of teachers and employees at MIN Malang I, an (4) to determine the effect of religiosity on the organizational commitment and psychological well being of teachers and employees at MIN Malang I.*

*This research was conducted by quantitative methods with this kind of inferential statistics. Sampling by way of non-probability sampling is saturated samples using the whole population (101 teachers and employees MIN Malang I). Measuring instrument used is the Organizational Commitment Questionnaire (Allen & Meyer, 1997), The Central of Religiosity Scale (Glock & Stark, 2012), Psychological Well Being Scale (Ryff, 1995).*

*The results showed that the level of organizational commitment of teachers and employees of 78.2% at the high category and 21.8% in the moderate category. While the level of religiosity of 100% in the high category. The level of psychological well being 99% in the moderate category and 1% in the low*

*category. The results of multiple regression analysis showed that there is influence of organizational commitment and religiosity to the psychological well being, produces F value of 27.875 with a significance of 0.000. The influence of organizational commitment on psychological well being by 29, 48%, whereas the effect of religiosity on the psychological well being by 1, 10%.*



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dewasa ini, belanja tidak hanya untuk membeli barang yang dibutuhkan atau untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi belanja telah menjadi aktivitas gaya hidup, kesenangan, dan pemenuhan kebutuhan psikologis.

Belanja merupakan kata yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dalam konteks perekonomian, baik di dunia usaha maupun di dalam rumah tangga. Namun kata yang sama telah berkembang, artinya sebagai suatu cerminan dari gaya hidup. Belanja juga mempunyai arti tersendiri bagi remaja. Belanja bagi para remaja dianggap sebagai cara untuk memperkuat citra diri mereka terhadap teman maupun orang-orang yang berada di tempat remaja tersebut belanja. Hal ini telah menjadi gaya hidup.

Bagi kebanyakan remaja, menganut gaya hidup yang sesuai dengan tren masa sekarang adalah cara yang paling tepat untuk dapat ikut masuk dalam kehidupan kelompok sosial yang diinginkan. Remaja adalah objek yang menarik untuk diminati oleh para ahli pemasaran. Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang berpotensi bagi produsen. Alasannya antara lain karena kecenderungan perilaku konsumtif seseorang terbentuk pada usia remaja. Alasan lain yang menstimulasi perilaku tersebut adalah beralihnya budaya konsumen dalam memandang perilaku belanja.

Menurut Monks (Fenny, 2014) remaja memang menginginkan agar penampilan, gaya tingkah laku, cara bersikap dan lain-lainya akan menarik perhatian orang lain, terutama kelompok teman sebaya. Begitupun yang dikatakan oleh Hasibuan (2010) dengan membeli pakaian atau barang keluaran terbaru individu memiliki ekspektasi bahwa produk yang dibeli dapat meningkatkan gengsi di depan teman temannya.

Seseorang yang memutuskan untuk membeli sebuah tas merek hermes, pakaian, aksesoris atau yang lainnya, bukan sekedar karena ingin membeli fungsi pertama atau fungsi inheren dari produk yang dibelinya itu, tetapi sebetulnya ia juga berkeinginan untuk membeli fungsi sosial yang lain. Ardono (1960) mengatakan sebagai nilai pakai kedua sebuah produk yang artinya seseorang membeli tas atau yang lainnya tidak selalu karena ia butuh tempat berbagai barang miliknya, tetapi bisa juga di dorong tujuan-tujuan sosial yang lain: pretise, kepentingan untuk memperoleh modal sosial sebagai tiket menjalin relasi dengan peer-group-nya. Gaya hidup merupakan sesuatu yang sifatnya individual. Tidak seperti sosial style, gaya hidup menunjukkan suatu perbedaan. Gaya hidup menunjukkan aspek homogenitas yang lebih kecil, dan meingkatkan aspek pilihan seseorang individu dalam bersikap, berpakaian termasuk memilih aktivitas pleasure berdasarkan umur, jenis kelamin, dan kelas sosial. (Bagong suyanto, 2013:140)

Sebuah studi yang dilakukan Mintel menemukan bahwa dalam hal pakaian, kaum perempuan (79) umumnya lebih memiliki keinginan dan kebutuhan untuk tampil modis dari pada kaum laki-laki (40). Kaum

perempuan (30), dalam banyak hal lebih senang dan fokus pada penampilan pribadi dari pada laki-laki (3). Bagi kekuatan kapitalis, dibandingkan laki-laki, perempuan dalam banyak kasus lebih sering dijadikan objek penawaran dan target pasar. Di mata kekuatan industri budaya, tampaknya telah disadari benar bahwa kebanyakan perempuan cenderung lebih mengedepankan penampilan dan kesan luar, serta kaum perempuan lebih suka berdandan, bersolek untuk mempercantik diri. (Bagong Suyanto, 2013:148)

Mahasiswa yang digolongkan remaja menemukan adanya pergaulan masyarakat kota besar yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan hidup. Fenomena tersebut sangat erat kaitannya dengan lingkungan kampus, menemukan bahwa terdapat keanekaragaman sosial dan budaya untuk bersosialisasi dan mampu beradaptasi agar dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Keadaan tersebut terjadi karena mahasiswa merupakan individu yang paling mudah terpengaruh oleh perubahan serta berada pada tahap pencarian jati diri dan memiliki keinginan untuk mencoba-coba hal baru.

Seorang mahasiswa pada dasarnya mempunyai kewajiban untuk menuntut ilmu sebanyak mungkin, mencapai kemandirian emosional, mengembangkan konsep, meningkatkan keterampilan intelektual, mampu membangun tanggung jawab sosial, serta mampu membina hubungan baik dengan anggota kelompok yang lain (Hurlock,2003).

Remaja yang hidup dengan gaya hidup hedonis adalah remaja yang memandang secara positif mengenai kesenangan dan akan mengambil atau memanfaatkan kesempatan untuk mencapai kesenangan atau keinginan yang diharapkan. Menurut susanto (Martha dkk, 2008:3) remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosial hedon, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, seperti merek-merek yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Fenomena tersebut menjadi proses adaptasi yang dilalui oleh sebagian mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sosialnya. Peristiwa tersebut disebabkan karena mahasiswa mengalami hambatan sosial yang mengarah pada ketidakpercayaan diri dan ditandai dengan cenderung merasa terasing, tidak dapat mengekspresikan diri, dan terlalu lemah untuk mengatasi kekurangan yang dimiliki.

Mahasiswa Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Maiki Malang), khususnya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dijumpai beberapa mahasiswa yang gemar berbelanja dan sebagian besar menyukai belanja. Dari hasil survei yang peneliti lakukan pada sejumlah mahasiswa UIN Maliki Malang tentang pendapat mereka terhadap mahasiswa fakultas Ekonomi, yang mengatakan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dalam hal berpakaian harus bagus, menarik, harus fashionable dan rapi dalam berpenampilan. Hal tersebut bisa saja menjadi tujuan mereka untuk melakukan belanja. Padahal banyak dikenal bahwa kampus UIN Malang rata-rata mahasiswanya tergolong dalam kelas menengah kebawah, tetapi melihat

apa yang ada saat ini kenyataannya berbelanja telah menjadi kebiasaan sehari-hari bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang. (Hasil koding wawancara).

Ketika gaya hidup mall telah menjadi sebuah kebutuhan akan citra eksklusif, modern, praktis, dan bergengsi maka kebutuhan remaja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya semakin meningkat. Di mall identitas dapat dibeli. Apa yang di konsumsi, apa yang dipakai dan apa yang dikunjungi di dalam mall dapat memperlihatkan identitas warga. Sebagai contoh, seseorang yang minum kopi di “*Starbucks*” bukan lagi sekedar minum kopi, tetapi lebih untuk menunjukkan perbedaan dirinya dengan orang lain (Halim, 2008). Dari sinilah perasaan akan harga diri seseorang itu meningkat.

Harga diri merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan perilaku individu. Setiap orang menginginkan penghargaan yang positif terhadap dirinya. Penghargaan yang positif akan membuat diri seseorang merasakan bahwa dirinya dihargai, berhasil dan berguna (berarti bagi orang lain). Terpenuhinya harga diri akan membentuk sikap optimis dan percaya diri, namun sebaliknya jika kebutuhan akan harga diri seseorang tidak terpenuhi, maka akan membuat seseorang dapat berperilaku negatif (Ghufron & Risnawita, 2011).

Berpenampilan menarik dan memperlihatkan kesan luar pada diri individu memang menjadi tujuan utama bagi kaum perempuan tetapi melakukan kegiatan berbelanja yang hanya ingin memenuhi tujuan tersebut

akan memberikan efek yang negatif bagi pembelinya terutama ketika pembelian itu dilakukan secara terus-menerus. Pembelian *Fashion* (tas, pakaian, aksesoris dan lainnya ) yang diluar kebutuhan dan dilakukan secara terus-menerus bisa digolongkan pembelian yang tidak rasional. Menurut Lubis perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang tidak rasional tergolong sebagai perilaku konsumtif. Perilaku tersebut menggambarkan suatu tindakan yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga secara ekonomis menimbulkan pemborosan dan efisiensi biaya. Secara psikologis dapat menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman dan timbul keinginan yang tidak tertahankan lagi untuk membeli produk yang diinginkan. (Rizeki.W, 2010:2)

Pembelian kompulsif saat ini telah menjadi perilaku konsumen untuk memodifikasi perasaan menjadi lebih baik. Seperti halnya yang dikatakan oleh Kanuk bahwa kecenderungan pembelian kompulsif merupakan pembelian sebagai akibat dari peristiwa yang tidak menyenangkan atau perasaan negatif. Perilaku pembelian yang lebih menekankan pada aspek emosional dapat menyebabkan munculnya perilaku konsumtif dan cenderung bersifat kompulsif. Arnould dkk ( Damar, 2015) mengungkapkan bahwa seseorang yang mempunyai produk tertentu bukan hanya ingin membeli dari produk tersebut tetapi lebih ingin membeli hal yang lainnya dan sebuah produk tersebut bisa memberikan sebuah simbol emosional dan nilai hedonis, produk tersebut merupakan produk yang mempengaruhi pencitraan diri seperti pakaian, kosmetik, sepatu, tas dan barang-barang yang dipertontonkan

didepan publik akan selalu memunculkan nilai-nilai hedonis pada setiap trennya.

Menurut O'Guinn dan Faber (Fenny, 2014:103), perilaku pembelian kompulsif adalah perilaku pembelian yang berulang dan akut yang menjadi respon utama untuk menghadapi perasaan atau kejadian yang tidak menyenangkan seperti sedih, depresi, frustrasi, dan lain lain serta perilaku pembelian kompulsif ini menjadi salah satu tujuan utama yaitu perbaikan suasana hati.

Pembelian kompulsif juga memiliki dampak yang mengikutinya. Menurut Soliha (2010:19), pembelian kompulsif memiliki dampak jangka pendek dan dampak jangka panjang. Dampak jangka pendek dalam pembelian kompulsif yaitu dapat langsung merasakan kepuasan ketika proses pembelian berlangsung. Dan dampak jangka panjang dari pembelian kompulsif seperti tingginya jumlah hutang, kebangkrutan sampai keretakan rumah tangga. Dampak psikologis yang dapat muncul akibat pembelian kompulsif adalah munculnya rasa gelisah, depresi, frustrasi, dan konflik interpersonal, dan lain sebagainya.

Survei yang dilakukan Faber dan O'Guinn, (1992) menemukan terdapat sekitar 8% dari penduduk yang ada saat ini adalah pembeli kompulsif. Penelitian lain melaporkan adanya peningkatan pembelian kompulsif menjadi 8,1% dari populasi yang berusia antara 18 sampai 30 tahun, dan sebagian besar adalah perempuan (Black, 1996). Hasil survei

Hassay dan Smith (1996) menunjukkan adanya peningkatan pembeli kompulsif dari 12% naik menjadi 16%. Studi terbaru berdasarkan survei yang dilakukan Mueller, dkk (2011), melaporkan bahwa 5,8% dari penduduk di Amerika dan 7% penduduk di Jerman adalah termasuk pada kategori pembeli kompulsif, sedangkan hasil survey sebelumnya menunjukkan tingkat prevalensi sebesar 8% di Austria. Angka-angka tersebut menunjukkan adanya kecenderungan peningkatan pembelian kompulsif, terutama di negara-negara maju. Bahkan menurut penelitian Dittmar (2005) sekitar 1 sampai 10% orang dewasa di negara-negara maju diklasifikasikan sebagai pembeli kompulsif. Tidak terkecuali negara-negara di Asia, seperti penelitian di China yang menyatakan bahwa 19% dari jumlah responden adalah pembeli kompulsif, serta di Thailand yang menyatakan 25% dari jumlah responden adalah pembeli kompulsif. (dalam Retno.thesis. 2014)

Saat ini di Indonesia, belum diketahui secara pasti jumlah konsumen yang mengalami pembelian kompulsif. Namun Beberapa penelitian tentang pembelian kompulsif di Indonesia sudah dilakukan tetapi lebih pada upaya untuk mencari faktor yang menyebabkan timbulnya pembelian kompulsif. Seperti penelitian pada mahasiswa yang berusia antara 18-24 tahun yang dilakukan oleh Soliha (2010) menemukan bahwa penerimaan diri berpengaruh terhadap pembelian kompulsif. Selain itu penelitian Naomi dan Mayasari (2010) menemukan bahwa kontrol diri dan materialisme berpengaruh terhadap pembelian kompulsif pada remaja. Penelitian lainnya dilakukan oleh Sumarto, Subroto dan Arianto (2011) yang menemukan bahwa penggunaan kartu kredit

berpengaruh terhadap pembelian kompulsif dan pembelian kompulsif berkorelasi dengan kecenderungan untuk gagal membayar kredit.

Workman (Damar, 2011) mengungkapkan bahwa konsumen yang kompulsif tidak secara acak membeli produk namun konsumen yang kompulsif memiliki frekuensi pembelian yang tinggi untuk kategori produk tertentu. Fenomena berganti-ganti model pakaian, tas atau tren zaman sekarang dikalangan remaja merupakan salah satu contoh perilaku pembelian kompulsif dimana dalam fenomena tersebut memperlihatkan sebuah perilaku membeli dimana hasrat untuk membeli tidak tertahankan lagi untuk mendapatkan produk tren yang lebih baru sebagai akibat dari cara orang tersebut menyikapi uang yang dimilikinya dan pemenuhan akan kebutuhan harga diri untuk tetap mengikuti *fashion* yang selalu berubah-ubah dalam pergaulan sehari-hari.

Dari hasil wawancara yang dilakukan kepada sejumlah mahasiswa fakultas ekonomi bahwa dalam hal berbelanja mereka memilih kategori produk *fashion* yang selalu berubah-ubah dalam pergaulan sehari-hari. Hal tersebut dilakukan agar mood mereka menjadi lebih baik dan agar mereka tidak merasa *kuper* (*ketinggalan zaman*) dengan orang disekelilingnya. (hasil koding wawancara)

Perilaku pembelian kompulsif termasuk dalam perilaku pembelian berdasarkan emosi dari konsumen sehingga akan berkaitan dengan kepribadian konsumen itu sendiri. Model perilaku konsumen sering

menunjukkan bahwa konsumen akan membeli sebuah produk sesuai dengan citra diri atau kepada sebuah pencitraan yang ingin ditampilkan oleh konsumen tersebut. Kegiatan membeli akan dipengaruhi oleh tingkat harga diri (*Self-Esteem*), dimana apabila usaha untuk mempertahankan atau meningkatkan harga diri melalui pembelian produk sukses maka kebiasaan dalam pembelian akan semakin kuat dan berujung pada pembelian berulang yang pada akhirnya akan menjadi kebiasaan membeli yang kompulsif.

Dari penjelasan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang Hubungan Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang

## **B. Rumusan Masalah**

Dalam penelitian ini, permasalahan tentang kecenderungan pembelian kompulsif : Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonis, dapat disampaikan dalam pertanyaan-pertanyaan berikut:

1. Bagaimana tingkat kecenderungan pembelian kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang?
2. Bagaimana tingkat Harga Diri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang?
3. Bagaimana tingkat Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang?

4. Bagaimana hubungan langsung antara Harga Diri dengan Kecenderungan Pembelian Kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang?
5. Bagaimana hubungan tidak langsung antara Harga Diri dengan Kecenderungan Pembelian Kompulsif melalui variabel mediator Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang?
6. Apakah ada hubungan yang signifikan antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui tingkat kecenderungan pembelian kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.
2. Untuk mengetahui tingkat Harga Diri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.
3. Untuk mengetahui tingkat Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.
4. Untuk mengetahui hubungan langsung dan tidak langsung antara Harga Diri dengan Kecenderungan Pembelian Kompulsif melalui variabel mediator Gaya Hidup Hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Secara teoritis

Manfaat penelitian secara teoritis adalah agar dapat memberikan sumbangan pengetahuan, ide dan saran bagi perkembangan psikologi khususnya Psikologi Industri dan Organisasi.

##### 2. Manfaat praktis

###### a. Bagi Instansi

Hasil penelitian ini dapat membuktikan tentang bagaimana gambaran hubungan harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang, agar dapat dijadikan sebagai sumber dalam memilih antara kebutuhan dan keinginan dalam hal kepemilikan.

###### b. Bagi Pembaca

Memberikan informasi dan sumber referensi yang mendukung peneliti-peneliti lain yang akan melakukan penelitian serupa.

###### c. Bagi Penulis

Menambah wawasan khususnya dalam bidang Psikologi Industri dan Organisasi serta memberikan gambaran nyata tentang Hubungan Harga Diri dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Kecenderungan Pembelian Kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Pembelian kompulsif

##### 1. Pengertian Pembelian Kompulsif

Pembelian kompulsif merupakan salah satu perilaku konsumtif yang fenomenal dimana individu melakukan aktifitas pembelian secara langsung tanpa alasan yang jelas mengapa mereka melakukan pembelian tersebut.

Siloha (2009:20) mengatakan bahwa Setiap konsumen pasti mempunyai keinginan untuk membeli sesuatu secara terus menerus. Namun jika pembelian ini berlebihan dan menjadi sebuah kebiasaan, maka hal inilah yang biasa disebut sebagai *compulsive buying*.

Mowen menyatakan bahwa pembelian kompulsif dapat didefinisikan sebagai “Respons terhadap dorongan yang tidak terkendali atau keinginan untuk memperoleh, menggunakan, atau mengalami suatu perasaan, substansi atau kegiatan yang menuntun individu untuk secara berulang kali terlibat dalam perilaku yang akhirnya merugikan individu atau individu lain (Mowen & Minor , 2002:11).

Faber dan O’Guinn (Fenny dkk, 2014) mengatakan bahwa kecenderungan perilaku pembelian kompulsif adalah kecenderungan

seseorang untuk melakukan pembelian berulang-ulang sebagai akibat dari adanya peristiwa yang tidak menyenangkan ataupun perasaan negatif .

Edward (1992) mengatakan bahwa perilaku pembelian kompulsif sebagai dorongan yang kuat terhadap belanja yang tidak terkendali dan berulang-ulang untuk membeli dengan mengabaikan konsekuensinya.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) pengertian kecenderungan adalah memiliki kecondongan atau kesudian atas keinginan terhadap sesuatu.

Berdasarkan pengertian diatas peneliti menyimpulkan bahwa kecenderungan pembelian kompulsif adalah dorongan yang tidak terkendali atau dorongan yang kuat untuk melakukan pembelian yang dilakukan secara berulang-ulang atau terus-menerus sebagai akibat dari adanya peristiwa yang tidak menyenangkan ataupun perasaan negatif tanpa memperdulikan konsukuensinya.

Menurut Solomon (Damar, 2011) perilaku pembelian kompulsif dapat terjadi pada semua orang, baik itu pria maupun wanita, tua atau muda dan lain sebagainya. Wanita lebih tertarik pada benda seperti pakaian, kosmetik, dan perhiasan sebagai cara untuk meningkatkan hubungan interpersonalnya sedangkan pria lebih focus pada peralatan gadget (contoh telepon seluler), dan senjata api untuk mendapatkan sensasi akan kekuatan.

Lebih lanjut Solomon mengatakan bahwa pembelian kompulsif berbeda dengan pembelian impulsive dimana pembelian impulsive terpusat pada suatu produk yang spesifik dalam suatu saat tertentu dan bersifat temporer, sedangkan pembelian kompulsif merupakan perilaku yang terpusat pada proses membeli.

## 2. Aspek-aspek pembelian kompulsif

Aspek-aspek pembelian kompulsif (*compulsive buying*) menurut Elizabeth Edwards (Fenny dkk, 2014:105) ada lima aspek yaitu:

### a. Kecenderungan untuk mengeluarkan uang

Individu yang memiliki kecenderungan untuk mengeluarkan uang ditandai dengan ketika memiliki banyak uang tanpa memikirkan lebih lama ketika melihat barang atau objek yang disukai langsung dibeli.

### b. Dorongan dalam mengeluarkan uang

Adanya keinginan atau motivasi untuk mengeluarkan uang seperti berbelanja.

### c. Perasaan bahagia ketika berbelanja

Perasaan bahagia ketika berbelanja misalnya individu merasa puas dengan apa yang dibeli.

### d. Pengeluaran yang tidak berfungsi semestinya

Mengeluarkan uang yang tidak sesuai dengan fungsinya. Misalnya berbelanja barang-barang yang tidak diperlukan.

e. Perasaan menyesal setelah berbelanja

Perasaan menyesal yang timbul setelah berbelanja yang ditandai dengan adanya mood atau suasana hati yang tidak baik, mengungkapkan perasaan dengan ucapan ataupun tindakan.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian kompulsif

Menurut Desarbo dan Edwards (Fenny dkk, 2014:105) factor yang mempengaruhi pembelian kompulsif adalah *predispositional* dan *circumstantial factors* adalah:

- 1) *Predispositional factors*, yaitu konstruk-konstruk yang mempengaruhi individu untuk melakukan pembelian kompulsif dan mengindikasikan kecenderungan secara umum yang mengarah pada pembelian kompulsif. *Predispositional factors* meliputi:
  - a) Kecemasan: Pembeli kompulsif cenderung lebih cenderung memiliki tingkat kecemasan yang lebih tinggi dibandingkan dengan pembeli nonkompulsif. Pembeli kompulsif menggunakan kecemasan sebagai motivasi utama untuk melakukan pembelian kompulsif agar keluar dari perasaan yang tidak menyenangkan tersebut.
  - b) Perfeksionisme: Dicitrakan dengan individu yang memiliki harapan yang terlalu berlebihan untuk mencapai suatu pencapaian yang lebih besar. Individu yang perfeksionis melakukan pembelian kompulsif untuk mendapatkan otonomi, kompetensi, kontrol dan harga diri walaupun hanya untuk sementara.

- c) *Self-esteem*: Didefinisikan sebagai suatu penilaian terhadap diri sendiri dan tingkat kepercayaan diri sendiri bahwa dirinya berharga. Individu yang memiliki self-esteem yang rendah akan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian kompulsif. Dengan melakukan pembelian kompulsif menimbulkan perasaan akan kekuasaan ketika melakukan aktivitas berbelanja
- d) *Fantasi*: Pembeli kompulsif cenderung memiliki khayalan mengenai grandiosity dan kebebasan akibat dari suatu perilaku yang dilakukan. Letak fantasi tersebut berada pada saat ketika melakukan aktivitas berbelanja maka seakanakan masalah yang dihadapi menghilang.
- e) *Impulsivitas*: Pembelian kompulsif dideskripsikan dalam penelitian kejiwaan dan konsumen sebagai sebuah impulse-control disorder. Perilaku pembelian kompulsif dapat dikatakan sebagai sebuah perilaku yang tidak dapat dikendalikan karena dorongan yang terlalu kuat untuk berperilaku.
- f) *Kompulsivitas umum*: Individu yang memiliki ciri-ciri berperilaku kompulsif seperti suka menunda pekerjaan, sering mengalami kebimbangan, pola makan yang tidak teratur, kecanduan obat, dan alkohol. Individu yang memiliki ciri-ciri berperilaku kompulsif tersebut, memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian kompulsif.
- g) *Dependence*: Individu yang mudah bergantung kepada individu lain memiliki kecenderungan untuk berperilaku kompulsif dalam membeli.
- h) *Approval seeking*: Pembeli kompulsif memiliki kebutuhan untuk mendapatkan pujian dari individu lain dalam rangka membuat diri sendiri

menjadi bahagia. Jadi kebutuhan untuk menerima pujian dari individu lain walaupun hanya untuk sementara waktu, hal tersebut dapat memicu terjadinya pembelian kompulsif.

- i) *Locus of control*: Individu yang memiliki external locus of control (hidup dikendalikan oleh faktor luar) memiliki kecenderungan untuk berperilaku kompulsif dalam berbelanja.
  - j) Depresi: Perasaan depresi dikenal sebagai suatu perasaan yang tidak menyenangkan. Pembeli kompulsif melakukan pembelian kompulsif untuk keluar dari perasaan yang tidak menyenangkan tersebut.
- 2) *Circumstansial factors*: faktor ini merupakan faktor yang dihasilkan dari kondisi individu pada saat ini dan juga dapat memicu munculnya perilaku pembelian kompulsif selanjutnya. *Circumstansial factors* meliputi:
- a) *Avoidance coping*: Merupakan suatu kecenderungan umum dengan menggunakan cara-cara tertentu untuk menghindari permasalahan. Pembeli kompulsif memiliki kecenderungan memiliki *avoidance coping*.
  - b) *Denial*: Merupakan penyangkalan yang dilakukan terhadap permasalahan yang dihadapi. Pembeli kompulsif memiliki kecenderungan untuk menyangkal keberadaan dari permasalahan yang dihadapinya. Bagi pembeli kompulsif, denial adalah cara untuk menghindari rasa cemas, marah, takut, dan emosi lainnya yang biasanya tidak ada hubungan dengan kegiatan berbelanja.

- c) *Isolation*: Terdapat dugaan bahwa pembelian kompulsif merupakan sebuah gambaran dari perilaku seorang individu yang terisolasi dari lingkungan sosialnya. Isolasi tersebut mendorong beberapa individu untuk memiliki perilaku berlebihan, dan perilaku berlebihan yang tidak diterima secara sosial menyebabkan beberapa individu untuk mengisolasi dirinya sendiri. Kebutuhan untuk berkomunikasi dengan individu lain mungkin mendorong pembeli kompulsif untuk berbelanja di suatu toko, karena pembeli mendapatkan perhatian dari tenaga penjual toko dan merasakan hubungan tersebut.
- d) *Materialisme*: Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa pembeli kompulsif cenderung lebih materialistik dibandingkan dengan pembeli non kompulsif. Tetapi kepemilikan bukanlah fokus utama dari pembeli kompulsif. Pembeli kompulsif lebih terfokus pada proses berbelanja yang sedang berlangsung.

#### 4. Karakteristik Pembelian Kompulsif

Pembelian Kompulsif memiliki beberapa karakteristik seperti yang dikutip oleh Iin dan prima (Rizki audia,2009:15) sebagai berikut:

- a. pembelian produk ditujukan bukan karena nilai guna produk;
- b. konsumen yang membeli produk secara terus-menerus tidak mempertimbangkan dampak negatif pembelian;
- c. pembelian produk yang tidak bertujuan memenuhi kebutuhan utama dalam frekuensi tinggi dapat mempengaruhi harmonisasi dalam keluarga dan lingkungan sosial

- d. perilaku ini merupakan perilaku pembelian yang tidak dapat dikontrol oleh individu
- e. ada dorongan yang kuat untuk mempengaruhi konsumen segera membeli produk tanpa memperhitungkan risiko, misalnya keuangan
- f. pembelian dilakukan secara tiba-tiba tanpa mencari informasi terlebih dahulu
- g. pembelian dilakukan untuk menghilangkan kekhawatiran atau ketakutan dalam diri
- h. perilaku yang ditujukan untuk melakukan kompensasi, misalnya kurangnya perhatian keluarga

#### 5. Pembelian Kompulsif Dalam Perspektif Islam

Pembelian kompulsif merupakan salah satu bentuk pemborosan dalam menggunakan uang, karena perilaku pembelian kompulsif dapat terjadi karena adanya pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya. Perilaku pembelian kompulsif merupakan perilaku yang berlebih-lebihan dalam menggunakan uang, karena penggunaannya tidak lagi didasarkan atas dasar kebutuhan tetapi lebih mengarah pada pemuasan diri. Perilaku tersebut dapat berdampak buruk dikemudian hari apabila perilaku ini tidak ditekan sedini mungkin.

Dalam Islam tentu saja perilaku ini juga telah dilarang oleh Allah. Allah telah berfirman dalam ayat-Nya yang melarang manusia untuk menghindari perilaku boros, hal itu dijelaskan dalam ayat berikut:

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ  
 الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۚ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya:

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros” (Q.S Al-Isra’ : 26)

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S Al-Isra’: 27)

Dan pada ayat berikut:

يَبْنِي ۚ آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا ۚ إِنَّهُ لَا  
 يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ ﴿٣١﴾

Artinya:

“Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah di Setiap (memasuki) mesjid, Makan dan minumlah, dan janganlah berlebih-

*lebih. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Q.S Al-A’raf : 31)*

Dari kedua ayat diatas terdapat kata mubadzir, mubadzir menurut istilah berarti membelanjakan harta tidak sesuai dengan hak (peruntukan) harta tersebut, sedangkan menurut bahasa berasal dari kata *badzara – tabdziran*. Makna aslinya melempar bibit. Kata ini juga dipakai untuk menyebutkan segala bentuk pemecah belahan harta dan perusakan harta, maka ia dikatakan *badzarahu, Al- Mubadzir* artinya orang yang berlebih-lebihan dalam membelanjakan harta dan Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan dalam hal berpakaian, makan, minum dan sebagainya, karena hal tersebut dapat menyesatkan manusia ke dalam keterpurukan tudan akan menyesal dihari kemudian dan hari yang kekal hanya dihari akhirat. Kata *إخوان لشيطيناً* yang artinya “ saudara-saudara syaitan” makna dari kata tersebut adalah bahwa seorang mukmin yang memiliki sikap pemboros dan suka menghambur-hamburkan hartanya ke jalan yang tidak benar maka dia termasuk dalam golongan/ saudara syaitan. Hal tersebut sama halnya dengan orang yang berperilaku kompulsif yang suka membelanjakan uangnya untuk hal-hal yang kurang diperlukan.

Pada Q.S Al-A’raf ayat 31 terdapat kata *ولا تسرفوا* yang artinya “ *dan janganlah berlebih-lebihan*”. Dari kata tersebut terdapat makna

bahwa Allah melarang seorang muslim untuk tidak memiliki sikap yang berlebih-lebih baik dalam berpakaian , makan dan minum karena Allah tidak menyukai sikap tersebut dan bahwasanya sikap tersebut hanya dimiliki oleh syaitan.

Dari ayat-ayat diatas, dapat disimpulkan bahwa Allah telah melarang pemborosan, karena pemborosan itu merupakan golongan syaitan. Selain itu perilaku kompulsif akan menjadi suatu hal yang sangat merugikan di kemudian hari jika tidak didukung dengan tingkat financial yang mencukupi. Allah juga telah memerintahkan manusia untuk bersikap sederhana dan pertengahan artinya tidak boros, tidak berlebihan dan juga tidak pula pelit. Seperti firman Allah dalam ayat berikut ini :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya:

*“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”(Q.S Al-Furqan : 67)*

Dari ayat diatas, maka dapat kita pahami bahwa sebagai manusia hendaknya kita dapat menempatkan diri sesuai dengan porsinya, tidak berlebihan dan senantiasa hidup sederhana, tetapi tidak pula menjadikan

kita seseorang yang pelit. Dalam hidup ini memang seharusnya semua hal itu harus berjalan secara seimbang.

## **B. Harga Diri**

### **1. Pengertian Harga Diri**

Konsep diri adalah komponen kognitif, maka harga diri (*self-esteem*) adalah komponen evaluative dari konsep diri, yang terdiri dari evaluasi positif dan negative tentang diri sendiri yang dimiliki seseorang. (Tri Dayaksini & hudainiyah, 2009:65)

Istilah harga diri digunakan oleh para ahli untuk menandakan bagaimana seorang individu mengevaluasi dirinya sendiri. Evaluasi diri ini akan memperlihatkan bagaimana penilaian individu tentang penghargaan dirinya apakah ada pengakuan/penerimaan atau tidak. Harga diri sesungguhnya adalah inti dari konsep diri.

Menurut Sandha Timorora (2012,54) *Self-esteem* merupakan pendapat individu sendiri tentang rasa keberhargaannya yang diekspresikan dalam sikap penerimaan atau penolakan yang menunjukkan sejauhmana individu percaya dirinya mampu, berarti, dan berharga. *Self-esteem* sebagai evaluasi atau penilaian diri yang dibuat oleh setiap individu dan atau merupakan sikap seorang terhadap dirinya sendiri dalam rentang positif-negatif (Baron & Donn Byre,2003:173)

*Self-esteem* berkaitan dengan cara penting bagaimana orang mendekati kehidupan mereka sehari-hari. Individu yang menilai dirinya positif cenderung untuk bahagia, sehat, merasa berhasil/optimis tentang

diri dan masa depannya, dan yang menyesuaikan diri dengan baik. Sebaliknya individu yang menilai dirinya negative secara relative tidak sehat, merasa sedih, cemas, tertekan dan pesimis tentang masa depannya atau berfikir bahwa dirinya selalu gagal, serta tidak dapat menyesuaikan diri dengan baik

Menurut Maslow kepuasan kebutuhan harga diri menimbulkan perasaan dan sikap percaya diri, diri berharga, mampu, dan perasaan berguna. Sebaliknya, frustrasi karena kebutuhan harga diri tidak terpenuhi akan menimbulkan perasaan dan sikap inferior, canggung, lemah, pasif, tergantung, penakut, dan rendah diri dalam pergaulan (Alwisol, 2009:246).

Harga diri adalah evaluasi yang dibuat oleh individu dan berkembang menjadi kebiasaan kemudian dipertahankan oleh individu dalam memandang dirinya sendiri yang diekspresikan melalui sikap menerima atau penolakan serta mengindikasikan besarnya keyakinan individu terhadap kemampuan, keberartian, kesuksesan dan keberhargaan dirinya sendiri.

Sedangkan Rosenberg (Rahmania,2012:112) menyebutkan bahwa *self-esteem* merupakan komponen afektif, kognitif dan evaluative yang bukan hanya merupakan persoalan pribadi ataupun psikologis, tetapi juga interaksi social. *Self-esteem* merupakan sikap yang berdasarkan pada persepsi mengenai nilai seseorang. *Self-esteem* merupakan sikap positif atau negative terhadap diri individu.

Coopersmith (1967 ) mendefinisikan harga diri sebagai evaluasi (penilaian) diri yang dibuat oleh individu mengenai dirinya sendiri, dimana evaluasi diri tersebut merupakan hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya serta perlakuan orang lain terhadap dirinya. Evaluasi ini diekspresikan dengan sikap setuju atau tidak setuju, tingkat keyakinan individu terhadap dirinya sendiri sebagai orang yang mampu, penting, berhasil, dan berharga atau tidak.

Dari beberapa definisi di atas mengenai harga diri (*Self-Esteem*) peneliti dapat menyimpulkan bahwa self-esteem merupakan penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri. Penilaian ini bersifat positif maupun negatif. Jika orang menilai positif terhadap dirinya, maka ia akan percaya diri dalam mengerjakan hal-hal yang dikerjakan sehingga dapat memperoleh hasil yang positif pula. Sebaliknya , orang yang menilai dirinya negatif terhadap dirinya, hasil yang didapatkan pun tidak mengembirakan. Penilaian atau evaluasi orang lain baik positif maupun negatif terhadap diri inilah yang disebut dengan harga diri.

Menurut Vaughan & Hogg (Sarlito,2009:57) Setiap orang menginginkan harga diri yang positif, alasannya adalah sebagai berikut:

- a. Harga diri yang positif membuat orang merasa nyaman dengan dirinya sendiri di tengah kepastian dan kematian yang suatu waktu akan dihadapinya.
- b. Harga diri yang positif membuat orang dapat mengatasi kecemasan, kesepian, dan penolakan sosial. Dalam hal ini,

harga diri sebagai alat ukur sosial (*sociometer*) untuk melihat sejauh mana seseorang merasa diterima dan menyatu dengan lingkungan sosialnya. Dengan demikian semakin positif harga diri yang dimiliki, semakin menunjukkan ia semakin merasa diterima dan menyatu dengan orang-orang disekitarnya.

## 2. Aspek-Aspek Harga Diri

Menurut Coopersmith (1967) aspek-aspek yang terkandung dalam harga diri ada tiga yaitu:

### a. Perasaan Berharga

Perasaan berharga merupakan perasaan yang dimiliki individu ketika individu tersebut merasa dirinya berharga dan dapat menghargai orang lain. Individu yang merasa dirinya berharga cenderung dapat mengontrol tindakan-tindakannya terhadap dunia di luar dirinya. Selain itu individu tersebut juga dapat mengekspresikan dirinya dengan baik dan dapat menerima kritik dengan baik

### b. Perasaan Mampu

Perasaan mampu merupakan perasaan yang dimiliki oleh individu pada saat dia merasa mampu mencapai suatu hasil yang diharapkan. Individu yang memiliki perasaan mampu umumnya memiliki nilai-nilai dan sikap yang demokratis serta orientasi yang realistis. Individu ini menyukai tugas baru yang menantang, aktif dan tidak cepat bingung bila segala sesuatu berjalan di luar

rencana. Mereka tidak menganggap dirinya sempurna tetapi sadar akan keterbatasan diri dan berusaha agar ada perubahan dalam dirinya. Bila individu merasa telah mencapai tujuannya secara efisien maka individu akan menilai dirinya secara tinggi

#### c. Perasaan Diterima

Perasaan diterima merupakan perasaan yang dimiliki individu ketika ia dapat diterima sebagai dirinya sendiri oleh suatu kelompok. Ketika seseorang berada pada suatu kelompok dan diperlakukan sebagai bagian dari kelompok tersebut, maka ia akan merasa dirinya diterima serta dihargai oleh anggota kelompok itu.

### 3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri

Harga diri dalam perkembangannya terbentuk dari hasil interaksi individu dengan lingkungan dan atas sejumlah penghargaan, penerimaan, dan pengertian orang lain terhadap dirinya. Menurut Koentjoro (1989 ) faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri adalah sebagai berikut:

- a) Lingkungan keluarga, merupakan tempat sosialisasi pertama bagi anak. Perlakuan adil, pemberian kesempatan untuk aktif dan pendidikan yang demokratis di dapat pada anak yang memiliki harga diri yang tinggi.
- b) Lingkungan sosial, merupakan tempat individu yang berpengaruh pada pembentukan harga diri. Individu mulai menyadari bahwa dirinya berharga sebagai individu dengan lingkungannya. Kehilangan kasih

sayang, penghinaan, dan dijauhi teman sebaya akan menurunkan harga diri. Sebaliknya pengalaman, keberhasilan, persahabatan, dan kemasyarakatan akan meningkatkan harga diri.

- c) Faktor psikologis, penerimaan diri akan mengarahkan individu mampu menentukan arah dirinya pada saat mulai memasuki hidup bermasyarakat sebagai anggota masyarakat yang sudah dewasa.
- d) Jenis kelamin, perbedaan jenis kelamin mengakibatkan terjadinya perbedaan dalam pola pikir, cara berpikir, dan bertindak antara laki-laki dan perempuan.

Dalam sebuah penelitian lain yang dilakukan oleh Suriyani & Fatahyah (2009:36) menyebutkan bahwa terdapat dua factor utama yang menjadi prinsip dasar terwujudnya teori self-esteem Rosenberg adalah gambaran penilaian dan perbandingan sosial

- a. Gambaran penilaian berhubungan erat dengan penilaian individu terhadap diri sendiri berdasarkan persepsi orang lain dari hasil interaksi sosial. Dalam proses penilaian tersebut, mula-mula individu tersebut menyadari bahawa dirinya merupakan sebuah obyek, yang kemudian penilaian dan persepsi orang lain tersebut menyebabkan individu mampu menilai dirinya.
- b. perbandingan sosial, dalam prinsip ini Rosenberg melihat *self-esteem* sebagai sebagian akibat individu yang membedakan dirinya dengan orang lain sekaligus dapat memberikan kesan positif atau negatif terhadap penilaian tersebut.

#### 4. Pembentukan Harga Diri (*Self-Esteem*)

Sumber terpenting dalam pembentukan dan pengembangan harga diri adalah pengalaman dalam keluarga, umpan balik terhadap performance dan perbandingan sosial. Coopersmith (Tridayaksini,2009:65) ada 4 tipe perilaku orang tua yang dapat meningkatkan harga diri:

- a. Menunjukkan penerimaan, afeksi, minat, dan keterlibatan pada kejadian-kejadian atau kegiatan yang dialami anak.
- b. Menerapkan batasan-batasan yang jelas pada perilaku anak secara teguh dan konsisten
- c. Memberikan kebebasan dan batas-batas dan menghargai inisiatif
- d. Bentuk disiplin yang tak memaksa (menghindari hak-hak istimewa dan mendiskusikan alasan-alasan daripada memberikan hukuman)

Menurut Minchinton (Muharnia, 2010:42) ada beberapa karakteristik individu ditinjau dari tinggi rendahnya atau positif negatifnya *self esteem*, yaitu:

- a. Karakteristik individu dengan *self-esteem* tinggi
  1. Seseorang yang memiliki *self-esteem* yang tinggi, ia akan memiliki ciri-ciri seperti: dapat menerima dan mengapresiasi dirinya sendiri dalam kondisi apapun, merasa nyaman dengan keadaan dirinya, berprasangka baik terhadap dirinya sendiri, jika tidak bagi orang lain, setidaknya bagi dirinya sendiri serta memiliki kontrol emosi yang baik dan terbebas dari perasaan yang tidak menyenangkan, kemarahan, ketakutan, kesedihan dan rasa bersalah.

2. Seseorang yang memiliki *self-esteem* yang tinggi memiliki suatu keyakinan bahwa ia memiliki rasa bertanggung jawab dan merasa mampu mengontrol setiap bagian kehidupannya.
  3. Tingginya *self-esteem* dapat terlihat dari bagaimana cara seseorang dalam bentuk rasa penghormatan, toleransi, kerja sama dan saling memiliki antara satu dengan yang lain.
  4. Seseorang dengan *self-esteem* yang tinggi dapat merancang, merencanakan, dan merealisasikan segala sesuatu yang diharapkan atau menjadi tujuan hidupnya secara optimal
- b. Karakteristik individu dengan *Self-Esteem* Rendah
1. Seseorang dengan *self-esteem* yang rendah meyakini bahwa dirinya memiliki kemampuan instrinsik yang kecil, meragukan kemampuan dirinya, merasa bahwa keberhasilan yang diperolehnya merupakan sebuah prestasinya, selalu takut untuk mencoba segala sesuatu dan memiliki kontrol emosi yang buruk, merasa tidak bahagia, tertekan serta merasa bahwa dirinya tidak berarti atau sia-sia.
  2. Seseorang dengan *self-esteem* yang rendah merasa bahwa kehidupan ini berada di luar kontrol dan tanggung jawab dirinya dan berjalan begitu saja, terkadang merasa lemah dan merasa di bawah kontrol atau kendali orang lain
  3. Seseorang yang memiliki *self-esteem* yang rendah tidak dapat merasakan arti pentingnya hubungan interpersonal, bersikap tidak

toleran, kurang dapat bekerja sama, dan kurang rasa memiliki antara satu sama lainnya.

4. Seseorang dengan *self-esteem* yang rendah juga kurang dapat merancang, merencanakan, dan merealisasikan segala sesuatu yang diharapkan atau menjadi tujuan hidupnya secara optimal.

#### 5. Harga Diri dalam Perspektif Islam

Pada dasarnya Allah menciptakan manusia sebagai makhluk yang paling mulia dan berharga di bumi ini. Allah telah menciptakan manusia dengan segala nikmat dan kelebihanannya. Allah juga telah menciptakan manusia dengan segala kemuliannya, oleh karena itu kemuliaan yang telah diberikan kepada manusia itu harusnya senantiasa dijaga dari hal-hal yang buruk yang dapat menjatuhkan kemuliaan dan harga diri sebagai manusia.

Sebagai makhluk sosial, manusia harus pandai bersosialisasi dengan orang lain yang ada disekitarnya, tetapi pergaulan tersebut haruslah pergaulan yang sehat yang tentu bisa menjaga harga dirinya dari hal-hal yang dilarang oleh islam. Seperti kutipan ayat di bawah ini (Q.S Al-Hujurat):

يَتَأَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۗ إِنَّ

أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ اتَّقَىٰكُمْ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

Artinya:

*“Hai manusia, Sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa - bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling kenal-mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia diantara kamu disisi Allah ialah orang yang paling taqwa diantara kamu. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal”.* (Q.S Al-Hujurat : 13)

Ayat diatas menjelaskan bahwa pergaulan adalah salah satu cara seseorang untuk bersosialisasi dengan lingkungannya. Bergaul merupakan salah satu kebutuhan yang mendasar bagi seseorang sebagai makhluk sosial. Dengan bergaul maka seseorang akan memperoleh teman dalam kehidupannya. Selain itu ayat diatas juga menjelaskan tentang seorang muslim yang paling mulia adalah seorang yang bertaqwa kepada Allah. Orang yang bertaqwa berarti dia menjaga kehormatannya dihadapan manusia dan Tuhannya, dengan demikian mereka mempunyai harga diri yang tinggi, karena dia dapat menilai dirinya secara positif dengan bertaqwa kepada Allah SWT.

Manusia diciptakan oleh Allah dengan derajat yang sama, tidak ada manusia yang derajatnya lebih tinggi atau lebih rendah dihadapan Allah, oleh karenanya kita sebagai manusia janganlah merasa lebih rendah yang akan membuat kita menjadi seseorang yang minder, dan janganlah pula menjadi seseorang yang merasa lebih tinggi dari orang lain, yang membuat

kita menjadi sombong. Al-Qur'an mengajarkan bahwa harga diri dari kualitas terbaik seorang mukmin adalah takwa kepada Allah. Sebagaimana yang dijelaskan dalam ayat berikut:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزِنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ ﴿١٣٩﴾

Artinya :

*“ Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati, Padahal kamulah orang-orang yang paling Tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman.” (Q.S Ali Imran: 139)*

Selain itu ada pula hadist yang menjelaskan bahwa semua orang mempunyai derajat yang sama di mata Allah seperti hadis berikut ini :

إِنَّ اللَّهَ لَا يَنْظُرُ إِلَىٰ أَجْسَامِكُمْ ، وَلَا إِلَىٰ صُورِكُمْ ، وَلَكِنْ يَنْظُرُ إِلَىٰ قُلُوبِكُمْ

Artinya:

*“Sesungguhnya Allah tidak melihat bentuk tubuh kalian dan tidak juga bentuk rupa kalian, tetapi Dia melihat hati kalian.” (HR. Muslim)*

Dari hadist maka dapat disimpulkan bahwa semua manusia mempunyai derajat yang sama di hadapan Allah, Allah tidak memandang dari bentuk dan rupa tetapi Allah melihat dari hati umatnya. Oleh karena itu kita sebagai seorang muslim haruslah mempunyai harga diri yang tinggi dengan selalu berfikir positif untuk meningkatkan ketaqwaan kepada Allah SWT.

Dalam hal ini Islam telah menganjurkan pada umatnya untuk tidak merasa lemah dan merasa rendah diri dari orang lain, seseorang yang memiliki harga diri yang tinggi cenderung akan memandang segala sesuatunya dengan positif dan selalu optimis dalam segala hal, maka dari itu islam melarang umatnya agar tidak merasa lemah, dengan kata lain harga diri yang rendah itu akan membuat seseorang menjadi lemah dan pesimis. Oleh karena itu sebagai makhluk yang diciptakan dengan derajat yang sama dimata Tuhannya manusia harusnya mempunyai harga diri yang tinggi agar menjadi seseorang yang optimis dan berfikiran positif.

Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan bahwa seseorang yang bergembira dalam kehidupannya sehingga aktif dan ekspresif serta dapat menghadapi tantangan, maka Allah telah menjadikan pertolongan untuknya, seperti kutipan ayat berikut :

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَمُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنْتُمْ تُوعَدُونَ ﴿٢٠﴾

Artinya:

*"Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan Kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, Maka Malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: "Janganlah*

*kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu".(Q.S Al-Fushilat : 30)*

Dari kutipan ayat diatas, maka secara tidak langsung manusia diperintahkan untuk memiliki harga diri yang tinggi, karena seseorang dengan harga diri yang tinggi akan menghadapi semua hal dengan optimis, tidak takut gagal, senantiasa bergembira karena dapat memandang segala sesuatunya dengan positif. Seseorang yang mempunyai harga diri yang tinggi tentu akan dapat mengenali segala hal yang ada dalam dirinya, sehingga dapat menjalani kehidupan dengan yakin.

### **C. Gaya Hidup**

#### **1. Pengertian Gaya Hidup**

Gaya hidup adalah pola tingkah laku sehari-hari segolongan manusia dalam masyarakat (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2008). Gaya hidup bisa merupakan identitas kelompok. Gaya hidup setiap kelompok akan mempunyai ciri-ciri unit tersendiri. Jika terjadi perubahan gaya hidup dalam suatu kelompok maka akan memberikan dampak yang luas pada berbagai aspek. Menurut Minor dan Mowen (2002:282), gaya hidup adalah menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktu.

Sumarwan (2004:57) mengatakan bahwa Gaya hidup sering digambarkan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (activities, interest, and opinions). Gaya hidup seseorang biasanya tidak permanen dan cepat berubah. Seseorang mungkin dengan cepat mengganti model dan merek pakaiannya karena menyesuaikan dengan perubahan hidupnya.

Menurut Adler (Martha, 2008:3) gaya hidup ditentukan oleh inferior yang khusus, gaya hidup merupakan kompensasi dari kekurangsempurnaan tertentu dan didasari pada kekuatan seseorang untuk menanggulangi inferioritas dan meraih superioritas. Kotler berpendapat bahwa gaya hidup adalah pola interaksi hidup seseorang yang diungkapkan dalam kegiatan, minat, dan pendapat seseorang.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup adalah perilaku seseorang yang menggambarkan bagaimana ia hidup, bagaimana ia membelanjakan uangnya dan bagaimana ia mengalokasikan waktu yang dimilikinya.

## 2. Macam-macam gaya hidup

Macam-macam gaya hidup meliputi (delastuty.wordpress.com)

### a. Gaya hidup mandiri

Kemandirian adalah mampu hidup tanpa bergantung mutlak kepada sesuatu yang lain. Untuk itu diperlukan kemampuan untuk mengenali kelebihan dan kekurangan diri sendiri, serta berstrategi dengan kelebihan dan kekurangan tersebut untuk mencapai tujuan. Nalar adalah alat untuk menyusun strategi.

Bertanggung jawab maksudnya melakukan perubahan secara sadar dan memahami betul setiap resiko yang akan terjadi serta siap menanggung resiko dan dengan kedisiplinan akan terbentuk gaya hidup yang mandiri. Dengan gaya hidup mandiri, budaya konsumerisme tidak lagi memenjarakan manusia. Manusia akan bebas dan merdeka untuk menentukan pilihannya secara bertanggung jawab, serta menimbulkan inovasi-inovasi yang kreatif untuk menunjang kemandirian tersebut

b. Gaya hidup modern

Dizaman sekarang ini yang serba modern dan praktis, menuntut masyarakat untuk tidak ketinggalan dalam segala hal termasuk dalam bidang teknologi. Banyak orang yang berlomba-lomba ingin menjadi yang terbaik dalam hal pemahaman teknologi. Gaya hidup digital (*digital lifestyle*) adalah istilah yang seringkali digunakan untuk menggambarkan gaya hidup modern yang sarat dengan teknologi informasi. Teknologi informasi sangat berperan untuk mengefisienkan segala sesuatu yang kita lakukan, baik di masa kini maupun masa depan, dengan satu tujuan yaitu mencapai efisiensi dan produktivitas maksimum. Tentu tidak dapat dibantah lagi, bahwa teknologi informasi memang berperan besar dalam meningkatkan efisiensi dalam kehidupan.

c. Gaya hidup sehat

Adalah pilihan sederhana yang sangat tepat untuk dijalankan.

Hidup dengan pola makan, pikiran, kebiasaan dan lingkungan yang sehat. Sehat dalam arti kata mendasar adalah segala hal yang kita kerjakan memberikan hasil yang baik dan positif.

d. Gaya hidup hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian.

e. Gaya hidup hemat

Hidup hemat bukan proses mengurangi konsumsi, hidup hemat adalah mengurangi konsumsi saat ini guna dapat mengonsumsi lebih banyak di masa depan. Dengan mengonsumsi lebih banyak di masa depan maka kita tidak bisa dikatakan berhemat.

f. Gaya hidup bebas

Gaya hidup bebas adalah gaya hidup atau cara hidup dengan mengikuti kehendak hati tanpa terikat oleh aturan yang berlaku dalam masyarakat.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu

penampilan, melalui media iklan, modeling dari artis yang di idolakan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya

#### **D. Gaya hidup Hedonis**

##### **1. Pengertian gaya hidup hedonis**

Hedonism adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa orang akan menjadi bahagia dengan mencari kebahagiaan sebanyak mungkin dan sedapat mungkin menghindari perasaan-perasaan yang menyakitkan. Hedonisme merupakan ajaran atau pandangan bahwa kesenangan atau kenikmatan merupakan tujuan dan tindakan manusia.

Menurut Susanto (Rianto, 2012) menjelaskan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktifitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktivitas tersebut berupa menghabiskan waktu di luar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

Kecenderungan gaya hidup hedonis sangat erat kaitannya dengan mahasiswa. Remaja yang memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis biasanya akan berusaha agar sesuai dengan status sosial hedon, melalui gaya hidup yang tercermin dengan simbol-simbol tertentu, seperti merek-merek yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan segala

sesuatu yang berhubungan serta dapat menunjukkan tingkat status sosial yang tinggi (Martha, 2008:3). Sedangkan Menurut Takariani (Fenny, 2014:108), hedonisme adalah pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama dari hidup.

Gaya hidup hedonis mempengaruhi gejala aspek perilaku konsumsi seseorang konsumen. Gaya hidup seseorang merupakan fungsi karakteristik atau sifat individu yang sudah dibentuk melalui interaksi lingkungan, orang yang semula tidak boros (hemat) menjadi pemboros setelah bergaul dengan orang-orang pemboros. Gaya hidup seseorang mempengaruhi perilaku pembelian, yang bisa menentukan banyak keputusan konsumsi perorangan, jadi gaya hidup bisa berubah karena pengaruh lingkungan. (Supranto, 2011:143)

Dari beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa gaya hidup hedonis adalah pola hidup atau pandangan hidup seseorang yang menggambarkan bagaimana ia hidup, bagaimana ia membelanjakan uangnya dan bagaimana ia mengalokasikan waktu yang dimilikinya hanya untuk mengejar kesenangan dan kenikmatan materi saja.

## 2. Aspek-aspek gaya hidup hedonis

Menurut Well dan Tigert (Engel, 1993) (Rianto, 2012) aspek-aspek gaya hidup hedonis adalah

### a. Minat

Minat diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa, atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup. Antara lain adalah fashion, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

b. Aktivitas

Aktivitas yang dimaksud adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe.

c. Opini

Opini adalah pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pertanyaan-pertanyaan atau tentang isu-isu sosial dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.

### 3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang dapat dilihat dari perilaku yang dilakukan oleh individu seperti kegiatan-kegiatan untuk mendapatkan atau mempergunakan barang-barang dan jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada penentuan kegiatan-kegiatan

tersebut. Amstrong (Dauzan & Anita,148-193) menyatakan bahwa “faktor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup seseorang adalah sikap, pengalaman, dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, persepsi, kelompok referensi, kelas sosial, keluarga, dan kebudayaan”. Dari pendapat tersebut dapat dikelompokkan bahwa factor-faktor yang mempengaruhi gaya hidup yaitu faktor yang berasal dari dalam diri individu (internal) dan faktor yang berasal dari luar (eksternal). Faktor internal yaitu sikap, pengalaman dan pengamatan, kepribadian, konsep diri, motif, dan persepsi. Dan faktor eksternal yaitu kelompok referensi, keluarga, kelas sosial, dan kebudayaan.

#### 4. Gaya Hidup dalam Perspektif Islam

Gaya hidup didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang menghabiskan waktu (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Menurut Kottler (Sakinah, 2002:78) dijelaskan bahwa, “Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya”. Hal ini berarti gaya hidup adalah perpaduan antara kebutuhan ekspresi diri dan harapan kelompok terhadap seseorang dalam bertindak berdasarkan pada norma yang berlaku. Oleh karena itu banyak

diketahui macam gaya hidup yang berkembang di masyarakat sekarang misalnya gaya hidup hedonis, gaya hidup metropolis, dan lain sebagainya.

Gaya hidup hedonis dalam Islam berdasarkan kutipan ayat berikut :

فَلَوْلَا كَانَ مِنَ الْقُرُونِ مِنْ قَبْلِكُمْ أُولُوا بَقِيَّةَ يَنْهَوْنَ عَنِ الْفَسَادِ فِي الْأَرْضِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّنْ أَنْجَيْنَا مِنْهُمْ ۗ وَاتَّبَعَ الَّذِينَ ظَلَمُوا مَا أُتْرِفُوا فِيهِ وَكَانُوا مُجْرِمِينَ



Artinya:

*“Maka mengapa tidak ada dari umat-umat yang sebelum kamu orang-orang yang mempunyai keutamaan yang melarang dari pada (mengerjakan) kerusakan di muka bumi, kecuali sebahagian kecil di antara orang-orang yang telah Kami selamatkan di antara mereka, dan orang-orang yang zalim hanya mementingkan kenikmatan yang mewah yang ada pada mereka, dan mereka adalah orang-orang yang berdosa.”(Q.S Al-Huud : 116)*

Dari ayat diatas dapat kita pahami bahwa Allah telah mengingatkan kepada manusia agar tidak terjebak dalam gaya hidup hedonis yang nantinya akan ada balasan bagi mereka. Kecintaan terhadap suatu yang bersifat bendawi, hendaknya jangan sampai melupakan ketaatan

kita kepada Allah dan Rasul-Nya, apalagi sampai mengorbankan aqidah islamiyah yang dengan susah payah dibangun sejak kecil sampai saat ini.

Dari kata *مأترافويه* yang artinya “hanya mementingkan kenikmatan yang mewah pada mereka” yang berarti Allah melarang sikap orang-orang yang zalim dan sikap tersebut tidak dikehendaki-Nya karena sikap tersebut adalah sikap dari orang-orang yang berdosa.

Dan juga pada ayat berikut :

يَبْنِي ۚ آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكَ لِبَاسًا يُورِي سَوَاءَ تَكُمُ وَرِيثًا ۖ وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ ﴿٢٦﴾

Artinya:

*“Hai anak Adam, Sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa Itulah yang paling baik. yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, Mudah-mudahan mereka selalu ingat. (Q.S Al-A'raf : 26)*

Kata *التقوى* *ولباس* yang artinya “ dan pakaian takwa itulah yang paling baik” maksudnya bahwa Allah tidak melarang seseorang untuk memakai perhiasan atau pakaian dengan alasan yang jelas. Tetapi Allah melarang seseorang yang memakai perhiasan atau pakaian yang tidak

berdasarkan pada ketakwaan pada Allah karena hal tersebut termasuk dalam perbuatan syaitan.

Dari ayat diatas, maka dapat kita pahami bahwa Allah SAW telah menyediakan segala sesuatunya untuk memenuhi kebutuhan hidup seseorang, dan Allah SAW mengingatkan kepada manusia agar tidak lupa dan selalu ingat bahwa kesenangan- kesenangan yang ada dalam kehidupan dunia bersifat sementara seperti perhiasaan, pakaian, jabatan, uang dan lain sebagainya. Sesungguhnya kesenangan yang kekal berada di surga yang telah Allah SAW janjikan.

Sebuah kesenangan mamiliki sifat yang relative, karena setiap manusia memiliki tingkat kesenangan yang berbeda-beda. Ada orang yang sedang puas ketika mendapatkan suatu hal yang menyenangkan tetapi ada juga yang belum merasa puas, sehingga dia akan berusaha untuk mencapai kepuasan itu. Penyimpangan yang terjadi saat ini adalah tidak pernah puasnya seseorang ketika mendapatkan kesenangan tanpa memperdulikan keadaan lingkungannya.

Gaya hidup berkaitan dengan akhlaq dan menurut Ahmad Amin dalam bukunya Al-Akhlak merumuskan pengertian akhlaq sebagai berikut (Yaqub. 1998 dalam Herlyana, 2012)

“Akhlaq ialah suatu ilmu yang menjelaskan arti baik dan buruk, menerangkan apa yang seharusnya dilakukan oleh manusia kepada manusia lainnya, menyatakan tujuan yang harus dituju oleh manusia dalam perbuatan mereka dan menunjukkan jalan untuk melakukan apa yang harus diperbuat.”

Jadi, akhlaq adalah yang menentukan batas antara baik dan buruk, terpuji dan tercela tentang perkataan atau perbuatan manusia lahir dan batin. Akhlak dalam islam ada dua macam yaitu al-akhlakul mahmudah dan al-akhlakul madzmumah. Adapaun maksud dari al-akhlakul mahmudah adalah segala tingkah laku yang terpuji, sedangkan maksud dari al-akhlakul madzmumah adalah tingkah laku yang tercela. Dalam hal ini jika diumpamakan sifat mahmudah itu laksana vitamin dan mineral untuk membangun jasmani yang sehat dan sifat-sifat yang tercea sebagai virus dan bakteri/penyakit yang merusak tubuh. Jika kita membutuhkan jasmani yang sehat, harus berusaha mengusir penyakit dan kuman-kuman perusak. Demikian juga apabila kita membina pribadi mulia, maka harus membangun sifat-sifat mahmudah dan juga harus menjauhkan diri dari segala sifat yg tercela.

#### **E. HUBUNGAN HARGA DIRI DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP KECENDERUNGAN PEMBELIAN KOMPULSIF PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UIN MALIKI MALANG**

Mahasiswa merupakan salah satu elemen masyarakat yang sedang melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi. Bila ditinjau dari segi biologis dan perkembangannya mahasiswa masuk dalam masa remaja.

Masa remaja menurut Mappiare (Hartini, 2008:57) berlangsung antara umur 12 sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan 13 sampai 22 tahun bagi pria. Remaja dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, berasal dari bahasa *adolescere* yang artinya “tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan”. Bangsa primitive berbeda dengan periode lain dalam rentang kehidupan. Anak dianggap sudah dewasa apabila sudah mampu mengadakan reproduksi (Hartini, 2008).

Pendapat Jatman (Sumartono, 2002) yang mengemukakan bahwa remaja merupakan kelompok sasaran yang potensial untuk memasarkan produk-produk industri, sebab remaja memiliki pola yang konsumtif dalam berpakaian, berdandan dan gaya hidup. Dalam hal tersebut remaja sering menjadi konsumtif dan akan bersifat kompulsif terhadap barang-barang yang sebesarnya tidak/ kurang diperlukan. Gaya hidup tersebut dipengaruhi oleh lingkungannya, terutama adalah lingkungan sosial atau *peer-grup*.

Remaja menjadi konsumtif dan dapat bersifat kompulsif salah satunya dipengaruhi oleh harga diri yang mereka miliki. Freedman dan Peplau (1991) menyatakan bahwa harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Remaja dengan harga diri yang rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi dari pada orang-orang yang harga dirinya tinggi. Jika tingkat harga diri remaja cukup tinggi, maka ia akan dapat melakukan dan mengambil keputusan untuk dirinya sendiri tanpa dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Sebaliknya jika tingkat harga diri remaja rendah, maka ia akan cenderung mengikuti tekanan

dan kemauan orang lain atau teman sebayanya dalam melakukan perilaku pembelian.

Seseorang individu yang memiliki *self-esteem* yang rendah, maka akan memiliki kecenderungan untuk melakukan pembelian kompulsif yang tinggi, karena harga diri yang rendah dapat mengakibatkan siklus belanja yang menjadi kompulsif jika lega/ senang maka akan meningkat melalui perilaku pembelian. Pada teori Rosenberg yang mengatakan bahwa motif dari harga diri menjadi salah satu motif yang paling kuat dari semua motif manusia dan cukup kuat menghambat tingkah lakunya

Pendapat tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian Ciputra dan Vera (2004) yang mengatakan bahwa *self-esteem* mempunyai hubungan yang bermakna dengan perilaku kompulsif dalam berbelanja pada dewasa muda. Hal senada juga dikatakan oleh Hanley dkk. (1992) bahwa orang yang didiagnosis menderita gangguan kompulsif dalam berbelanja memiliki *low self-esteem* dibandingkan dengan konsumen normal. Dari pendapat dan hasil penelitian tersebut maka sangat terlihat jelas bahwa ada hubungan yang negative antara harga diri dengan pembelian kompulsif pada remaja yaitu mahasiswa.

Monks, dkk (2002) mengatakan bahwasanya remaja memiliki keinginan supaya penampilan, gaya, tingkah laku serta cara bersikap dapat menarik perhatian orang lain yang terutama perhatian dari kelompok sebaya (*peer group*).

Gaya hidup dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor budaya, nilai, demografik, kelas sosial, kelompok rujukan atau kelompok acuan, keluarga, kepribadian, motivasi dan emosi. Salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan kecenderungan gaya hidup hedonis pada seseorang adalah kepribadian, melalui menghargai orang lain dan diri sendiri (dalam Martha dkk, 2010), dan kondisi ini sangat berkaitan erat dengan harga diri pada mahasiswa.

Harga diri merupakan aspek kepribadian yang ikut berperan dalam mengontrol kecenderungan gaya hidup hedonis. Jika individu memiliki harga diri tinggi maka akan merasa nyaman dan aktif di lingkungan masyarakat, dimana dengan harga diri yang tinggi seorang individu dapat menunjukkan perilaku yang positif, antara lain mampu mencapai keberhasilan di lingkungan sosialnya, tegas dalam mengambil keputusan, mampu menerima keadaan diri sendiri serta keadaan orang lain, dan tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar, sehingga bila di posisikan pada mahasiswa maka mahasiswa tersebut dapat beradaptasi dengan baik di lingkungan sosialnya tanpa harus ikut terpengaruh dengan gaya hidup hedonis. Sebaliknya bila seorang individu memiliki harga diri yang rendah, maka individu tersebut tidak tegas dalam mengambil keputusan, tidak mampu bersosialisasi pada lingkungan dengan baik, keinginan untuk diterima atau diakui oleh kelompok teman sebayanya dan mudah terpengaruh lingkungan sosial. Sehingga ketika harga diri seorang individu rendah maka akan cenderung terpengaruh oleh lingkungan sekitar yang ada, salah satunya gaya hidup hedonis.

Sedangkan pembelian yang diluar kebutuhan dan dilakukan secara terus menerus bisa digolongkan pembelian yang tidak rasional. Menurut Lubis (Rizeki,2010) perilaku membeli yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang tidak rasional tergolong sebagai perilaku konsumtif. Individu yang melakukan pembelian secara berlebihan dan berulang-ulang dapat digolongkan sebagai perilaku kompulsif. Hal ini senda dengan yang dikatakan Hanley (1992:7) bahwa ketika dorongan untuk membeli dilakukan secara berulang-ulang dan berlebihan perilaku tersebut sering disejajarkan dengan perilaku kompulsif dan / atau adiktif lainnya.

Akan tetapi terlepas dari hal tersebut, perilaku pembelian kompulsif juga dapat dipengaruhi oleh gaya hidup seseorang konsumen. Gaya hidup selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman. Kehidupan yang semakin modern membawa manusia pada pola perilaku yang unik, yang membedakan individu satu dengan individu yang lain dalam persoalan gaya hidup. Bagi sebagian orang gaya hidup merupakan suatu hal yang penting karena dianggap sebagai sebuah bentuk ekspresi diri. Gaya hidup akan lebih jelas terlihat pada seseorang yang selalu mengikuti perkembangan mode dan fashion terbaru yang ditunjukkan dengan perilaku membeli pakaian, tas ,aksesoris dan lain-lain. Remaja akan cenderung mengikuti perkembangan mode/fashion yang akan mengalami perubahan di setiap harinya. Karena remaja memiliki potensi untuk melakukan pembelian.

Pendapat tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian Ni Made Isti Paramita yang mengatakan bahwa terdapat peran parsial yang signifikan pada

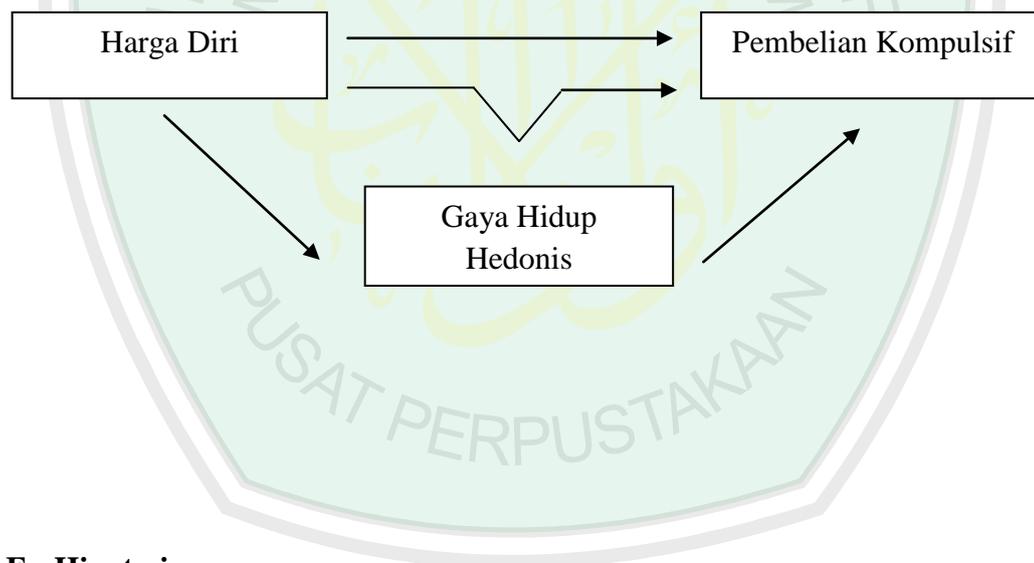
gaya hidup hedonisme dalam menjelaskan shopping addiction, dimana semakin tinggi tingkat perilaku gaya hidup hedonisme, maka semakin tinggi pula kecenderungan terjadinya perilaku shopping addiction.

Individu yang memutuskan untuk membeli sebuah tas merek hermes, pakaian, aksesoris atau yang lainnya, bukan sekedar karena ingin membeli fungsi pertama atau fungsi inheren dari produk yang dibelinya itu, tetapi sebetulnya ia juga berkeinginan untuk membeli fungsi sosial yang lain. Hal ini akan berpengaruh terhadap gaya hidup individu. Hal tersebut sesuai dengan hasil penelitian Fenny dkk, 2014 yang mengatakan bahwa baik perfeksionisme dan gaya hidup hedonistik berasosiasi secara signifikan dengan perilaku pembelian kompulsif. Secara spesifik, semakin tinggi tingkat perfeksionisme dan gaya hidup hedonistik yang dimiliki individu, semakin tinggi pula kecenderungan individu tersebut untuk melakukan pembelian kompulsif.

Individu yang dengan kecenderungan gaya hidup hedonis adalah individu yang memiliki kecenderungan untuk memilih hidup enak, mewah dan serba berkecukupan tanpa harus berusaha. Gaya hidup hedonis cenderung dengan nongkornng di mall, berkumpul dengan orang-orang yang berduit dan selalu memilih barang dengan harga mahal dengna tujuan supaya terkesan mewah di hadapan banyak orang. Salah satu faktor yang berperan penting dalam menentukan kecenderungan gaya hidup hedonis pada seseorang adalah kepribadian yang didalamnya terdapat harga diri. Seseorang yang memiliki harga diri tinggi maupun rendah, maka akan mempengaruhi perilaku seseorang tersebut. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Ardilah Umami

(2013) bahwa terdapat hubungan antara harga diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonis pada mahasiswa di Surakarta, yang artinya harga diri dengan semua aspek yang terkandung didalamnya memberikan kontribusi terhadap kecenderungan gaya hidup hedonis. Variabel harga diri sebagai variabel bebas (X), gaya hidup hedonis sebagai variabel mediator/ variabel intervening dan kecenderungan pembelian kompulsif sebagai variabel terikat (Y).

Dari uraian ini maka secara konseptual dapat digambarkan dalam skema berikut ini :



## F. Hipotesis

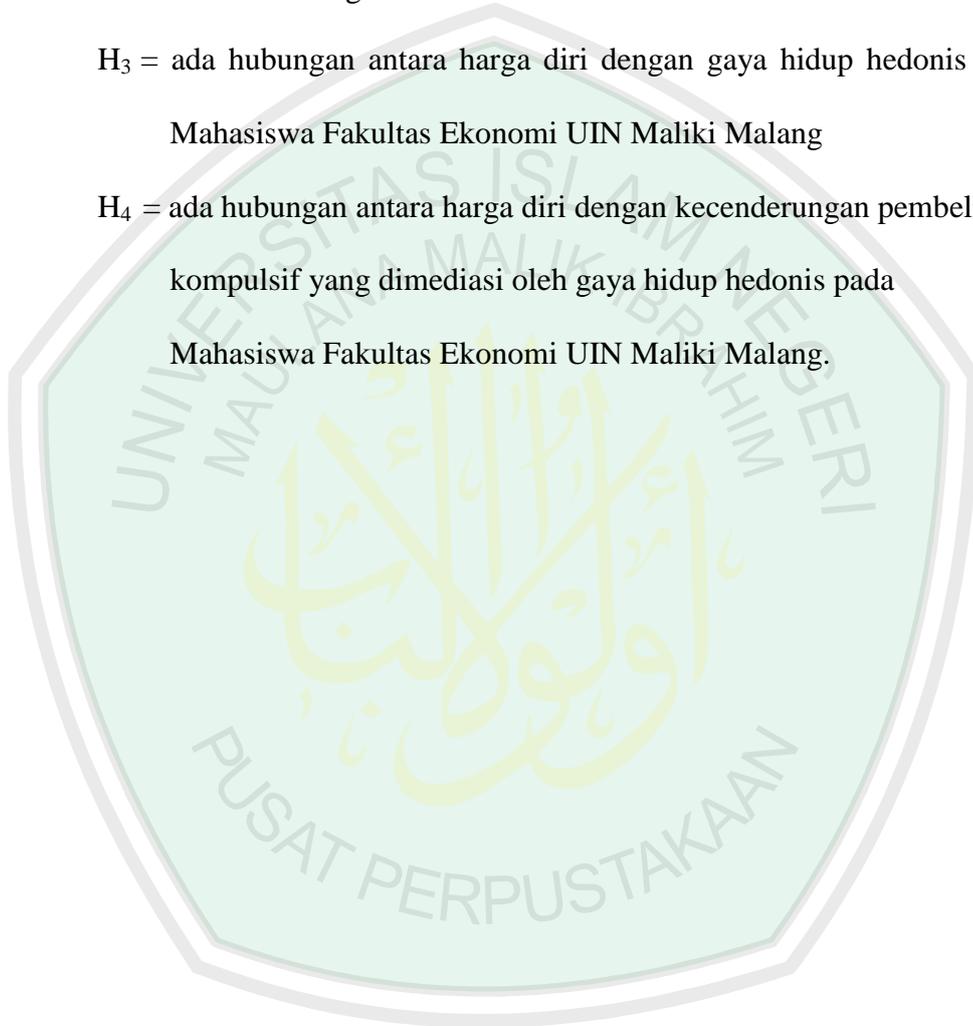
Berdasarkan berbagai teori dan kerangka berpikir di atas, dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut.

$H_1$  = ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang

$H_2$  = ada hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan pembelian kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang

$H_3$  = ada hubungan antara harga diri dengan gaya hidup hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang

$H_4$  = ada hubungan antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif yang dimediasi oleh gaya hidup hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

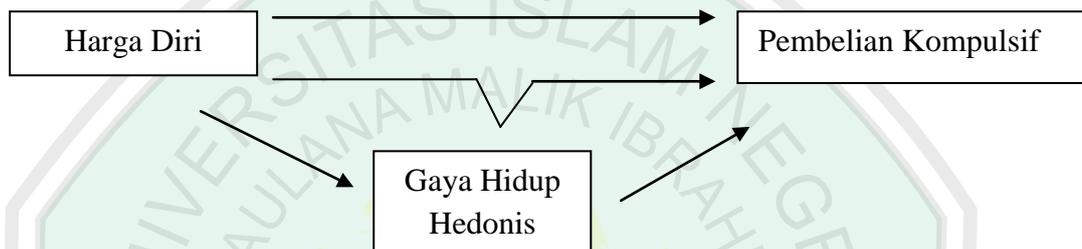
#### **A. Rancangan Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu ingin mengetahui hubungan antara harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif korelasional dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni mendeskripsikan mengenai hubungan harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif. Menurut Sugiyono (2003:06) Penelitian diskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyadarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. (Azwar, 1998:5)

Rancangan penelitian ini adalah sebagai berikut : keterkaitan antara variabel (X) bebas dan variabel Y (terikat), dapat digambarkan pada gambar dibawah ini.

Rancangan penelitian:



Gambar 3.1 : Rancangan Penelitian

Pemilihan model penelitian ini menggunakan korelasi karena disesuaikan dengan permasalahan dalam penelitian ini, dimana tujuan penelitian adalah untuk mencari hubungan antara harga diri dan gaya hidup hedonis dengan kecenderungan pembelian kompulsif baik hubungan langsung maupun tidak langsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014.

## B. Identifikasi Variabel

Variabel adalah segala sesuatu yang menjadi objek penelitian. Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh

seorang peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2012:61).

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang dapat digolongkan sebagai berikut:

1. Variabel bebas

Variabel bebas adalah suatu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain (Azwar, 1999:62). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel bebas (X) adalah harga diri

2. Variabel mediator

Menurut Tuckman (Sugiyono, 2007) variabel intervening/mediator adalah variabel yang secara teoritis mempengaruhi hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen menjadi hubungan yang tidak langsung dan tidak dapat diamati dan diukur. Yang menjadi variabel mediasi dalam penelitian ini adalah gaya hidup hedonis.

3. Variabel terikat

Variabel terikat adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain (Azwar,1999:62). Dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat (Y) adalah pembelian kompulsif.

### C. Definisi Operasional

#### a) Harga diri

harga diri (self-esteem) adalah penilaian seseorang terhadap dirinya sendiri. Penilaian ini bersifat positif maupun negatif. Jika orang menilai positif terhadap dirinya, maka ia akan percaya diri dalam mengerjakan hal-hal yang dikerjakan sehingga dapat memperoleh hasil yang positif pula. Sebaliknya, orang yang menilai dirinya negatif terhadap dirinya, hasil yang didapatkan pun tidak menggembirakan. Penilaian atau evaluasi orang lain baik positif maupun negatif terhadap diri inilah yang disebut dengan harga diri.

Aspek yang diukur dalam variable harga diri yaitu perasaan berharga, perasaan mampu dan perasaan diterima. Pada variabel ini menggunakan skala harga diri dari Rosenberg (1965).

#### b) Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup atau pandangan hidup seseorang yang menggambarkan bagaimana ia hidup, bagaimana ia membelanjakan uangnya dan bagaimana ia mengalokasikan waktu yang dimilikinya hanya untuk mengejar kesenangan dan kenikmatan materi saja.

Gaya hidup hedonis adalah pola hidup yang mengarahkan aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, sehingga bentuk perilaku yang dimunculkan dalam perilaku hedonis biasanya lebih

banyak menghabiskan waktu diluar rumah untuk bersenang-senang dengan teman-temannya, senang memberi barang yang tidak diperlukan, dan selalu ingin menjadi perhatian di lingkungan sekitarnya. Indikator skala pengukuran berdasarkan pada 3 aspek perilaku hedonis yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2008) yaitu aspek minat, aspek aktivitas, dan aspek pendapat.

c) Kecenderungan pembelian kompulsif

kecenderungan pembelian kompulsif adalah dorongan yang tidak terkendali atau dorongan yang kuat untuk melakukan pembelian yang dilakukan secara berulang-ulang atau terus-menerus sebagai akibat dari adanya peristiwa yang tidak menyenangkan ataupun perasaan negatif tanpa memperdulikan konsukuensinya.

Aspek yang diukur dalam variable pembelian kompulsif adalah kecenderungan untuk mengeluarkan uang, dorongan dalam mengeluarkan uang, perasaan bahagia ketika berbelanja, pengeluaran yang tidak berfungsi semestinya dan perasaan menyesal setelah berbelanja. Pada variabel ini menggunakan alat ukur berupa skala pembelian kompulsif. Valence (1988)

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian peneliti dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang ditentukan, jadi populasi berhubungan dengan data bukan factor manusianya (Zuriah,2005:116). Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi semester 4 UIN Malaiki Malang angkatan 2014 yang berjumlah 380 Mahasiswa

### 2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi. Karena sampel merupakan bagian dari populasi, tentulah ia harus memiliki cirri-ciri yang sama dengan populasinya (Azwar,1999:79).

Pedoman pengambilan sampel menurut Arikunto (2006:134) untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, adalah jika subjek kurang dari 100 lebih baik diambil semua, akan tetapi jika subjeknya besar maka jumlah sampel yang akan diambil adalah antara 10% - 15 % atau 20% - 25%. Dalam penelitian ini subjek mengambil sampel sebanyak 25% dari populasi mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 yang berjumlah 380 orang, jadi jumlah sampel adalah 110 mahasiswa

Peneliti memilih mahasiswa Fakultas Ekonomi dituntut untuk berpenampilan fashionable, rapi dan menarik. Hal tersebut dibuktikan dengan argument atau pernyataan dari Mahasiswa/i

UIN Maliki Malang yang mengatakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi selalu tampil modis, dan selalu *maching* dalam berpakaian baik laki-laki maupun perempuan.

Alasan lain yang menjadi pedoman peneliti memilih mahasiswa fakultas ekonomi semester 4 yaitu dalam penelitian yang melaporkan adanya peningkatan pembelian kompulsif menjadi 8,1% dari populasi yang berusia antara 18 sampai 30 tahun (dalam Retno.thesis.2014). Oleh karena itu, peneliti memilih mahasiswa fakultas ekonomi semester 4 yang berusia mulai 18-20 tahun.

Penelitian ini menggunakan teknik *Probabilitas sampling*. Teknik *sampling probabilitas* atau *random sampling* merupakan teknik sampling yang dilakukan dengan memberikan peluang atau kesempatan kepada seluruh anggota populasi untuk menjadi sampel. Dengan demikian sampel yang diperoleh diharapkan merupakan sampel yang *representative*.

#### **E. Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian ini adalah lokasi yang dijadikan peneliti untuk memperoleh data penelitian melalui penyebaran angket kepada responden. Adapun lokasi penelitian yang dimaksud adalah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (UIN Malang).

## F. Metode Pengambilan Data

Dalam suatu penelitian selalu terjadi proses pengumpulan data. Dalam proses tersebut akan digunakan satu atau beberapa metode, jenis metode yang dipilih dan digunakan dalam pengumpulan data, tentunya harus sesuai dengan sifat dan karakteristik penelitian yang dilakukan (Zuriah, 2005:171). Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkapkan fakta mengenai variabel yang diteliti (Azwar,1999:91). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data :

### 1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil. Wawancara juga menggunakan pertanyaan-pertanyaan seperti halnya dalam kuesioner , hanya berbeda dalam segi pelaksanaannya. Bila pada kuesioner pertanyaan- pertanyaan disajikan dalam bentuk tertulis, maka dalam wawancara pertanyaan-pertanyaan diajukan dalam bentuk lisan (Walgito, 2003:39)

### 2. Observasi

Observasi yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menentukan lokasi penelitian dan merumuskan masalah

penelitian serta mengamati gaya dan penampilan subjek yang akan diteliti yang mengarah pada pembelian kompulsif. Observasi yang dilakukan ini sifatnya hanya pelengkap.

### 3. Skala

Skala adalah seperangkat nilai angka yang ditetapkan kepada subjek, objek atau tingkah laku dengan tujuan mengukur sifat. Skala biasa digunakan untuk mengukur sifat, nilai dan minat (Zuriah,2005:18). Dalam penelitian ini menggunakan tiga skala meliputi skala Pembelian Kompulsif yang diadaptasi dari Valence. D'Astous & Fortier, skala Harga Diri dari Rosenberg dan skala Gaya Hidup Hedonis Kotler & Amstrong dengan melihat pada aspek-aspek Gaya hidup hedonis.

Adapun bentuk skala dalam penelitian ini berupa pilihan ganda dengan empat alternative jawaban yang harus dipilih oleh responden. Dalam skala yang diberikan terdapat dua model pertanyaan, yaitu pertanyaan *favourable* dan *unfavourable*. Pertanyaan *favourabel* merupakan pertanyaan yang berisi hal-hal yang positif yang mendukung terhadap objek sikap. Sedangkan pertanyaan *unfavourable* merupakan pertanyaan yang hal-hal yang tidak mendukung terhadap objek sikap. Skala yang dipakai menggunakan skala Likert (*Summated rating scale*) yang menggunakan kategori SS (sangat setuju), S (setuju), TS (tidak setuju), dan STS (sangat tidak setuju).

Untuk mengukur tingkat Harga Diri dibutuhkan aspek-aspek dan indikator yang bisa dijadikan patokan dalam pengukuran harga diri, maka peneliti menentukan beberapa aspek-aspek harga diri dari teori yang dikemukakan oleh Rosenberg, sebagai berikut:

d. Perasaan Berharga

Perasaan berharga merupakan perasaan yang dimiliki individu ketika individu tersebut merasa dirinya berharga dan dapat menghargai orang lain. Individu yang merasa dirinya berharga cenderung dapat mengontrol tindakan-tindakannya terhadap dunia di luar dirinya. Selain itu individu tersebut juga dapat mengekspresikan dirinya dengan baik dan dapat menerima kritik dengan baik

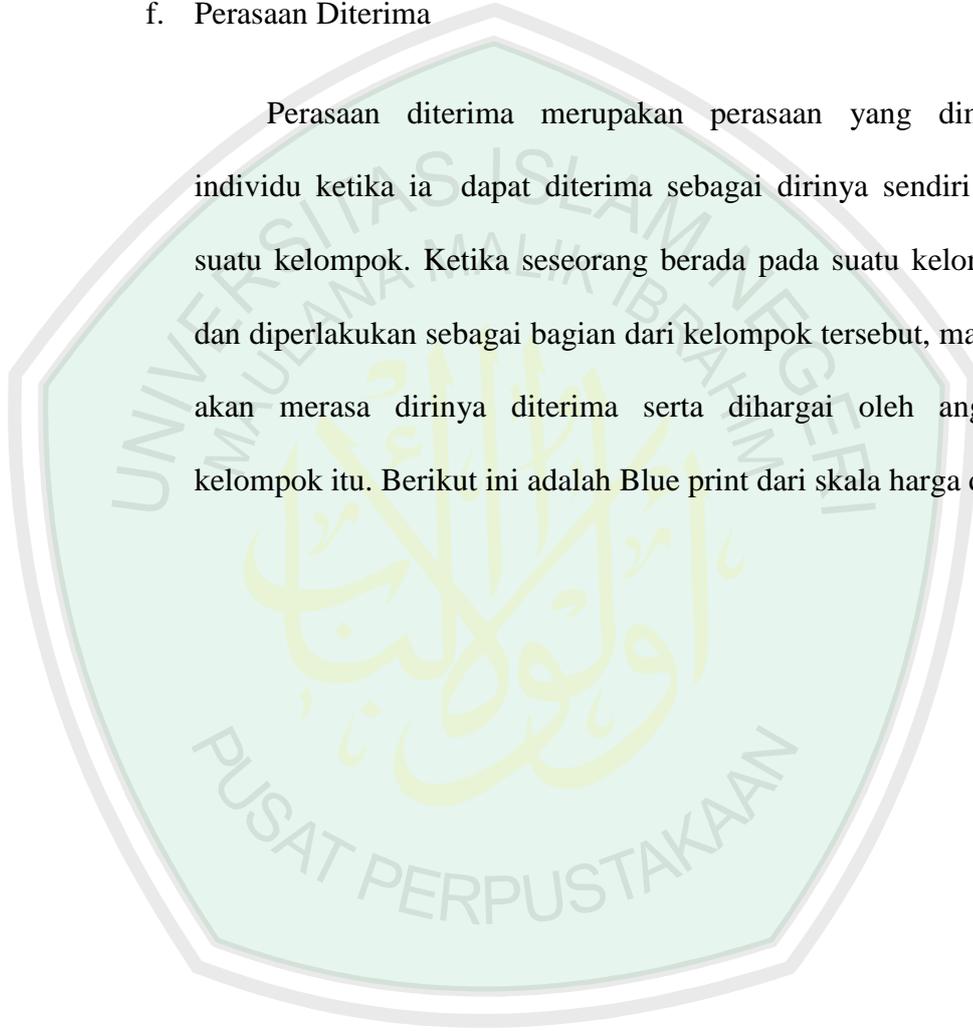
e. Perasaan Mampu

Perasaan mampu merupakan perasaan yang dimiliki oleh individu pada saat dia merasa mampu mencapai suatu hasil yang diharapkan. Individu yang memiliki perasaan mampu umumnya memiliki nilai-nilai dan sikap yang demokratis serta orientasi yang realistis. Individu ini menyukai tugas baru yang menantang, aktif dan tidak cepat bingung bila segala sesuatu berjalan di luar rencana. Mereka tidak menganggap dirinya sempurna tetapi sadar akan keterbatasan diri dan berusaha agar ada perubahan dalam dirinya. Bila individu merasa telah

mencapai tujuannya secara efisien maka individu akan menilai dirinya secara tinggi

f. Perasaan Diterima

Perasaan diterima merupakan perasaan yang dimiliki individu ketika ia dapat diterima sebagai dirinya sendiri oleh suatu kelompok. Ketika seseorang berada pada suatu kelompok dan diperlakukan sebagai bagian dari kelompok tersebut, maka ia akan merasa dirinya diterima serta dihargai oleh anggota kelompok itu. Berikut ini adalah Blue print dari skala harga diri.



**Tabel 3.1**  
**Blue Print Harga Diri**

No	Aspek	Indikator	F	UF
1.	Perasaan Berharga	Perasaan berharga muncul ketika individu menghargai orang lain dengan mengontrol tindakan-tindakannya terhadap dunia di luar dirinya. Selain itu individu tersebut juga dapat mengekspresikan dirinya dengan baik dan dapat menerima kritik dengan baik	4,14,16, 20,24,26	2,18,23
2.	Perasaan Mampu	Perasaan mampu ditandai dengan individu mampu mencapai hasil yang dia harapkan. Individu memiliki nilai-nilai dan sikap yang demokratis serta orientasi yang realistis. Misalnya menyukai tugas baru yang menantang, aktif dan tidak cepat bingung bila segala sesuatu berjalan di luar rencana	3,7,8,9,1 1, 19,32,33	1,17,22 ,27,30
3.	Perasaan Diterima	Perasaan diterima ditandai dengan adanya rasa dapat diterima sebagai dirinya sendiri oleh suatu kelompok.	5,6,12,1 5, 21,25,29 31	10,13,2 8,34
Jumlah			22	12

Selanjutnya untuk mengukur tingkat gaya hidup hedonis, diperlukan juga adanya aspek-aspek dan indicator untuk mengukur tingkat konformitas, maka peneliti menentukan aspek-aspek gaya hidup hedonis dari teori yang dikemukakan oleh Kotler dan Amstrong (2008), yaitu sebagai berikut:

a. Minat

Minat diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa, atau topic yang menekankan pada unsur kesenangan hidup. Antara lain adalah fashion, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

b. Aktivitas

Aktivitas yang dimaksud adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe.

c. Opini

Opini adalah pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pertanyaan-pertanyaan atau tentang isu-isu sosial dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.

Adapun Blueprint dari skala gaya hidup hedonis adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.2**  
**Blueprint gaya hidup hedonis**

No.	Aspek	Indikator	F	UF
1	Minat	Minat muncul terhadap suatu objek, peristiwa atau topik yang menekankan pada unsur kesenangan hidup.	1,10,12,15,23	9,17,18,27
2	Aktifitas	Cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan	2,7,11,13,26 30	5,6,8,4,25,29
3	Opini	Pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pertanyaan-pertanyaan atau tentang isu-isu sosial dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.	3,14,19,20,21	16,22,24,28
Jumlah			16	14

Sedangkan untuk mengukur pembelian kompulsif diperlukan aspek-aspek yang dijadikan patokan dalam pengukuran, peneliti menggunakan teori pembelian kompulsif yang dikemukakan oleh Elizabeth Edwards sebagai berikut:

1. Kecenderungan untuk mengeluarkan uang

Individu yang memiliki kecenderungan untuk mengeluarkan uang ditandai dengan ketika memiliki banyak uang tanpa memikirkan lebih lama ketika melihat barang atau objek yang disukai langsung dibeli

2. Dorongan dalam mengeluarkan uang

Adanya keinginan atau motivasi untuk mengeluarkan uang seperti berbelanja.

3. Perasaan bahagia ketika berbelanja

Perasaan bahagia ketika berbelanja misalnya individu merasa puas dengan apa yang dibeli.

4. Pengeluaran yang tidak berfungsi semestinya

Mengeluarkan uang yang tidak sesuai dengan fungsinya. Misalnya berbelanja barang-barang yang tidak diperlukan.

5. Perasaan menyesal setelah berbelanja

Perasaan menyesal yang timbul setelah berbelanja yang ditandai dengan adanya mood atau suasana hati yang tidak baik, mengungkapkan perasaan dengan ucapan ataupun tindakan.

**Tabel 3.3**  
**Blue print Pembelian Kompulsif**

No.	Aspek	Indikator	F	UF
1.	Kecenderungan untuk mengeluarkan uang	ketika memiliki banyak uang tanpa memikirkan lebih lama ketika melihat barang atau objek yang disukai langsung dibeli.	1,8,9,25	26,27,33
2.	Dorongan dalam mengeluarkan uang	Adanya keinginan atau motivasi untuk mengeluarkan uang seperti berbelanja	2,4,5,32	10,28
3.	Perasaan bahagia ketika berbelanja	Perasaan bahagia ketika berbelanja misalnya individu merasa puas dengan apa yang dibeli	3,14,15	16,17
4.	Pengeluaran yang tidak berfungsi semestinya	Mengeluarkan uang yang tidak sesuai dengan fungsinya. Misalnya berbelanja barang-barang yang tidak diperlukan	7,11,18,19	20,21,22
5.	Perasaan menyesal setelah berbelanja	Perasaan menyesal yang timbul setelah berbelanja yang ditandai dengan adanya mood atau suasana hati yang tidak baik, mengungkapkan perasaan dengan ucapan ataupun tindakan	6,12,13,23,24	29,30,31
		Jumlah	20	13

## G. Validitas dan Reliabilitas

### 1) Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya (Azwar,2007:5). Valid tidaknya suatu alat ukur tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan yang dikehendaki dengan tepat. Suatu alat tes atau instrument pengukuran dikatakan memiliki validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar,2007:6)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan validitas konstruk dengan ujicoba penelitian terlebih dahulu kemudian skala dari masing-masing variabel dilakukan pengkoreksian kepada ahli. Jumlah tenaga ahli yang digunakan oleh peneliti adalah lima orang dan umumnya mereka yang telah doctor sesuai dengan lingkup yang diteliti. (Sugiyono, 2012:12).

Berikut adalah hasil ujicoba:

a. Hasil Ujicoba Validitas

**Tabel 3.4**  
**Hasil ujicoba validitas skala harga diri**

Aspek	No.Item		No.Item yang gugur	
	F	UF	F	UF
Perasaan berharga	20	2	4,14,16, 24,26	18,23
Perasaan mampu	3,7,8,11,1 9,32,33	30	9	1,17,22, 27
Perasaan diterima	6,15,25,29 ,31	28	5,12,21	10,13,34

Jumlah

16

18

Dari hasil uji validitas terdapat 18 item yang gugur, sehingga tersisa 16 item yang siap disebar untuk penelitian.

**Tabel 3.5**  
**Hasil uji validitas skala gaya hidup hedonis**

Aspek	No.Item		No.Item yang gugur	
	F	UF	F	UF
Minat	1,10,15		12,23	9,17,18,27
Aktifitas	2,7,11,13	29	26,30	5,6,8,4,25
Opini	3,19,20,21	16	14	22,24,28
Jumlah	13		17	

Dari hasil uji validitas terdapat 17 item yang gugur, sehingga tersisa 13 item yang siap disebar untuk penelitian.

**Tabel 3.6**  
**Hasil uji validitas skala pembelian kompulsif**

Aspek		No.Item		No.item yang gugur	
		F	UF	F	UF
Kecenderungan	untuk	1,8,9	33	25	26,27
	mengeluarkan uang				
Dorongan	dalam	2,4,32		5	10,28
	mengeluarkan uang				
Perasaan	bahagia ketika	3,14,15			16,17
	berbelanja				

Pengeluaran yang tidak berfungsi semestinya	11,19	7,18	20,21,22
Perasaan menyesal setelah berbelanja	12,13	6,23,24	29,30,31
Jumlah	14	19	

Dari hasil uji validitas terdapat 19 item yang gugur, sehingga tersisa 14 item yang siap disebar untuk penelitian

Dalam penelitian ini peneliti melakukan konsultasi kepada lima dosen psikologi dengan hasil sebagai berikut :

Pada variabel harga diri terdapat 16 item yang siap disebar untuk penelitian sedangkan variabel gaya hidup hedonis terdapat 13 item yang siap disebar untuk penelitian dan untuk variabel pembelian kompulsif ada 1 aitem yang gugur sehingga tersisa 13 item yang siap disebar untuk penelitian. Dan terdapat perubahan susunan kata pada masing-masing skala/ alat ukur.

## 2) Reliabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemah dari kata *reliability* yang mempunyai asal kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut sebagai pengukuran yang *reliable (reliable)*. Walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keterandalan, kestabilan, konsistensi dan sebagainya

namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2007:4) Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relative sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah (Azwar,2007:4)

Pengujian validitas item dan reliabilitas dilakukan setelah skala harga diri, skala gaya hidup hedonis dan skala pembelian kompulsif diisi oleh responden dengan bantuan SPSS 16.0 *for Windows*. Dengan ketentuan valid adalah jika batasan  $r > 0.300$

Sedangkan untuk menguji reliabilitas, Azwar (2007:78) menggunakan teknik Alpha Cronbach.

Rumus Alpha Cronbach

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

**Keterangan:**

$\alpha$  : Koefisien *Alpha Cronbach*

$k$  : Jumlah butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varian butir

$\sigma_t^2$  : Jumlah varian total

Dikatakan reliable jika besar korelasi minimal  $r \geq 0,70$ . Dengan kategori berikut:

**Tabel 3.7****Standart Koefisien Reliabilitas**

Koefisien Reliabilitas	Kategori
$\geq 0,900$	Sangat Reliabel
0,700 – 0,900	Reliabel
0,400 – 0,700	Cukup Reliabel
0,200 – 0,400	Kurang Reliabel

Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini terangkum dalam tabel berikut:

**Tabel 3.8****Koefisien Reliabilitas Ujicoba skala Harga Diri, Gaya Hidup Hedonis dan Pembelian Kompulsif**

Skala	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga Diri	0,731	Reliabel
Gaya Hidup Hedonis	0,787	Reliabel
Pembelian Kompulsif	0,810	Reliabel

**H. Metode Analisis Data**

Metode analisis data digunakan untuk menganalisa data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dengan menggunakan analisa kuantitatif yakni menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*). Penelitian kuantitatif yaitu dengan menggunakan angka-angka rumus atau model

matematis untuk mengetahui adanya hubungan harga diri terhadap kecenderungan pembelian kompulsif yang dimediasi oleh gaya hidup hedonis.

Sedangkan teknis analisis jalur digunakan untuk mengetahui seberapa besar tingkat hubungan antar variabel. Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah uji asumsi klasik. Sebelum melakukan analisa statistic terlebih dahulu melakukan beberapa uji asumsi yang akan mendasari asumsi utama dari analisa regresi. Uji asumsi klasik yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Uji multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen (IV). Korelasi antar variabel independen sebaiknya kecil. Korelasi antar –IV ( $r < 0,8$ ), lebih baik lagi kalau ( $r < 0,5$ ). Makin kecil korelasi antar –IV makin baik untuk model regresi yang dipergunakan (Nisfiannoor, 2009:92)

2. Uji heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah keadaan dimana dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah idak terjadi heterokedastisitas. Heterokedastisitas diuji dengan menggunakan uji Levene Test yaitu dengan melihat Plots antara nilai prediksi variabel

terikat (dependen), yaitu ZPRED (sumbu X) dengan residualnya SRESID (sumbu Y). jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas atau teratur, serta titik-titik menyebar atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Nisfiannoor, 2009:92)

### 3. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menguji *Kolomogorof-Smirnov*. Jika nilai signifikasni dari hasil uji *Kolomogorov-Smirnov*  $> 0,05$  maka asumsi normalitas terpenuhi (Nisfiannoor, 2009:96)

### 4. Uji linieritas

Pengujian linieritas digunakan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linier atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan *Curve Estimation* , yaitu gambaran hubungan linier antara variabel X dengan Variabel Y. jika nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka variabel tersebut mempunyai hubungan linier dengan variabel Y.

## I. Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisa jalur (*Path Analysis*). Menurut Ridwan dan Kuncoro (2007) menyatakan bahwa analisis jalur digunakan untuk mengetahui pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui hubungan langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel eksogen terhadap variabel endogen. Untuk melakukan analisis jalur (*Path Analysis*), maka peneliti menggunakan program SPSS (*Statistic Program for Social science*) 16.0 for Windows.

#### **J. Analisa Deskriptif**

Untuk mengetahui tingkat harga diri, gaya hidup hedonis dan pembelian kompulsif peneliti melakukan pengkategorisasian menjadi tiga tingkatan yaitu tinggi, sedang dan rendah. Klasifikasi ini menggunakan Mean Hipotetik dan Standart Deviasi Hipotetik (Azwar, 2003:163). Dengan rumus sebagai berikut:

Rumus Mean Hipotetik:

$$\mu = \frac{1}{2}(\sum \text{item x skor tinggi}) + (\sum \text{item x skor rendah})$$

Keterangan:

$\sum$  aitem : Jumlah keseluruhan aitem

Skor tinggi : Skor tertinggi setiap aitem

Skor rendah : Skor terendah setiap aitem

### Rumus Standar Deviasi Hipotetik

$$\sigma = \frac{1}{6} (X \text{ max} - X \text{ min})$$

Keterangan:

X max : Skor maksimal subyek

Xmin : Skor minimal subyek

Dari distribusi skor responden kemudian mean hipotetik dan deviasi standarnya dihitung sehingga skor yang dijadikan batas penilaian sesuai norma yang diketahui. Adapun norma yang digunakan adalah :

**Tabel 3.9**

#### Standar Pembagian Klasifikasi

#### KATEGORI

#### NORMA

Tinggi

Mean Hipotetik - 1 SD > X

Sedang

Mean Hipotetik-1 SD ≤ X ≤ Mean +1SD

Rendah

X < Mean Hipotetik + 1SD

#### a. Analisa Prosentase

Selanjutnya setelah diketahui mean dan standar deviasi, maka kemudian dilakukan penghitungan prosentase masing-masing dilakukan tingkatan dengan menggunakan rumus:

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

Keterangan :

F = Frekuensi

N = Banyak subjek



## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah singkat Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang

Berdirinya Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim (FE UIN MALIKI) Malang sebenarnya tidak lepas dari cikal-bakal perjalanan panjang sejarah kelembagaan yang berawal dari berdirinya Fakultas Tarbiyah IAIN Sunan Ampel Surabaya di Malang. Selanjutnya lembaga ini berturut-turut mengalami alih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang, Universitas Islam Indonesia Sudan (UIIS) Malang dan yang terakhir sekarang menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang mempunyai satu program studi yakni Manajemen (stara satu) yang terakreditasi "A", berdasarkan Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Pendidikan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Nomor: 005/BAN-PT/Ak-X/S1/II/2007 Sampai saat ini (Juli 2012) Fakultas Ekonomi telah menghasilkan 841 lulusan yang tersebar di hampir seluruh kepulauan Nusantara.

Seiring dengan tuntutan zaman dalam mengemban misi keilmuan di Nusantara sejak tahun akademik 2009/2010 FE-UIN Maliki Malang membuka program studi baru yakni Akuntansi dan Perbankan Syariah.

Khusus untuk Akuntansi sengaja dibuka untuk jenjang strata satu (S1) sebagaimana program studi Manajemen. Sedangkan untuk program Perbankan Syariah diperuntukkan bagi mahasiswa yang ingin menempuh program diploma tiga (D3) dalam studi Perbankan yang berbasis syariah.

Dengan demikian, FE-UIN Maliki Malang telah mampu dan berhasil membangun salah satu misinya yang sangat penting dalam membangun perguruan tinggi yang berbasis syari'ah di Indonesia. Dan ke depan akan terus bertekad menjalankan fungsi utamanya yaitu Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan mengintegrasikan antara ilmu umum (sciences) dan agama (religion).

Lebih jauh, untuk mencapai cita-cita sesuai dengan visi dan misinya, FE-UIN Maliki Malang terus mencoba membangun kultur akademik yang memadukan kedalaman spiritual, keagungan akhlak, keluasan ilmu dan kematangan professional. Dengan ini semua diharapkan kelak akan terwujud sebuah Fakultas Ekonomi yang unggul (excellence) di bawah cita-cita besar UIN Maliki Malang membangun Bilingual University & The Centre of Islamic Civilization in Indonesia.

## **B. Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Kegiatan penelitian diawali

dengan kegiatan penyusunan proposal yang dilakukan mulai Oktober hingga Januari 2016. Selanjutnya pengumpulan data dilakukan pada bulan Januari serta pengolahan data dan penyusunan laporan hasil penelitian dilakukan hingga akhir Maret 2016.

Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner melalui dua (2) tahapan yaitu pada tahap pertama penyebaran kuesioner uji coba penelitian yang dilakukan mulai tanggal 17 hingga 18 Februari 2016. Selanjutnya pada tahap kedua penyebaran kuesioner penelitian yang dilakukan mulai tanggal 23 dan 24 Maret 2016 di Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang.

### C. Paparan Hasil Penelitian

#### 1. Validitas dan Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

**Tabel 4.1**

**Hasil uji validitas skala Harga Diri**

Aspek	No.Item		No.Item yang gugur	
	F	UF	F	UF
Perasaan berharga			1,9	
Perasaan mampu	4,5,6,8,15,16	2,13		
Perasaan diterima	3,10,12	11	7,14	
Jumlah		12		4

Tabel 4.2

**Hasil Uji Validitas Skala Gaya Hidup Hedonis**

Aspek	No.Item		No.Item yang gugur	
	F	UF	F	UF
Minat	1,8		5	
Aktifitas	2,4,6,7			13
Opini	3,10,11,12	9		
Jumlah	11		2	

Tabel 4.3

**Hasil Uji Validitas Skala Pembelian Kompulsif**

Aspek	No.Item		No.Item yang gugur	
	F	UF	F	UF
Kecenderungan untuk mengeluarkan uang	1,6		5	13
Dorongan dalam mengeluarkan uang	2,4			
Perasaan bahagia ketika berbelanja	3,10,11			
Pengeluaran yang tidak berfungsi semestinya	12		7	

Perasaan menyesal setelah berbelanja	8	9
Jumlah	9	4

#### b. Uji Reliabilitas

**Tabel 4.4**

**Koefisien Reliabilitas Harga Diri, Gaya Hidup Hedonis dan Pembelian Kompulsif**

Skala	Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga Diri	0,775	Reliabel
Gaya Hidup Hedonis	0,806	Reliabel
Pembelian Kompulsif	0,842	Reliabel

## 2. Hasil Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan dimana pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang sempurna atau mendekati sempurna antar variabel independen. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Korelasi antar variabel independen

sebaiknya kecil. Korelasi antar ( $r < 0,8$ ), lebih baik lagi kalau ( $r < 0,5$ ). Makin kecil korelasi makin baik untuk model regresi yang dipergunakan (Nisfiannoor, 2009:92)

**Tabel 4.5**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**

Variabel independen	Tolerance	VIF	Keterangan
Harga Diri	0,961	1,041	Tidak Multikolinieritas
Gaya Hidup Hedonis	0,961	1,041	Tidak Multikolinieritas

Dari hasil multikolinieritas dapat diketahui nilai VIF pada masing-masing variabel kurang dari 10 dan nilai tolerance mendekati angka 1. Maka dapat disimpulkan bahwa antar variabel harga diri dan gaya hidup hedonis tidak terjadi multikolinieritas. Sehingga asumsi tidak terjadi multikolinieritas telah terpenuhi

**b. Hasil uji heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terdapat atau terjadi ketidaksamaan varians dari residual antara satu pengamatan dengan pengamat yang lain. Jika varians dari residual antara pengamatan satu dengan yang lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas sedangkan model yang baik adalah tidak terjadi hereroskedastisitas. Persamaan regresi dikatakan mengandung heteroskedastisitas jika signifikasni korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) dan begitu pula sebaliknya. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.6**  
**Hasil uji Heteroskedastisitas**

Variabel independen	Signifikansi	Keterangan
Harga Diri	0.354	Non heteroskedastisitas
Gaya Hidup Hedonis	0.283	Non heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variabel yang diuji tidak mengandung heteroskedastisitas. Artinya tidak ada korelasi antara besarnya data dengan residual sehingga bila data diperbesar tidak menyebabkan residual atau kesalahan yang semakin besar pula.

c. Hasil uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui variabel yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Hasil uji normalitas ini yang kemudian dijadikan acuan untuk melakukan analisis statistik berikutnya. Uji normalitas ini menggunakan teknik *one sample Kolmogorov-Smirnov*, dikatakan normal jika signifikansi  $> 0,05$ .

Berikut adalah hasil uji normalitas pada masing-masing variabel:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

	Kompulsif	Harga_Diri	Gaya_hidup
N	73	73	73

Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	38.04	54.16	39.63
	Std. Deviation	5.389	5.429	6.443
	Most Extreme Differences			
	Absolute	.064	.107	.112
	Positive	.059	.107	.080
	Negative	-.064	-.063	-.112
Kolmogorov-Smirnov Z		.545	.914	.961
Asymp. Sig. (2-tailed)		.928	.374	.314

a. Test distribution is Normal.

Dari hasil *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diatas menunjukkan bahwa data terdistribusi normal dengan nilai signifikansi  $> 0,05$  yaitu pada variabel pembelian kompulsif nilai sig sebesar 0,928 sedangkan pada variabel harga diri nilai sig sebesar 0,374 dan variabel gaya hidup hedonis nilai sig sebesar 0,314.

#### d. Uji Linieritas

Pada uji linieritas digunakan untuk mengetahui model yang dibuktikan linier atau tidak. Jika nilai sig.  $F < 0,05$  maka variabel x memiliki hubungan linier dengan variabel Y. Hasil uji linieritas variabel harga diri terhadap pembelian kompulsif menyatakan bahwa nilai signifikasni sebesar 0,709, hal ini menyatakan bahwa sig.  $(0,709) > 0.05$ , artinya hubungan linier antara variabel harga diri terhadap pembelian kompulsif. Dan pada variabel gaya hidup hedonis terhadap pembelian kompulsif memiliki nilai signifikansi

sebesar 0,282, hal ini menyatakan bahwa  $\text{sig. } (0,282) > 0,05$ . Artinya hubungan linier antara gaya hidup hedonis terhadap pembelian kompulsif. Selanjutnya untuk variabel harga diri dengan gaya hidup hedonis memiliki nilai signifikansi sebesar 0,864, hal ini menyatakan bahwa  $\text{sig. } (0,864) > 0,05$ . Artinya hubungan linier antara harga diri dengan pembelian kompulsif. Hasil uji linieritas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.8**  
**Uji Linieritas**

No	Variabel	Signifikansi
1	Harga Diri dengan Pembelian Kompulsif	0,709
2	Gaya Hidup Hedonis dengan Pembelian Kompulsif	0,282
3	Harga diri dengan Gaya Hidup Hedonis	0,864

#### **D. Hasil Analisis Deskriptif**

Analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah, hipotesis yang terdapat pada bab sebelumnya serta untuk memenuhi tujuan dilakukan penelitian ini. Dalam analisis ini terdapat beberapa tahapan analisa yang dilakukan dengan bantuan SPSS 16.00 *for windows*.

Proses analisa data yang dilakukan dengan melakukan prosentase menggunakan norma seperti yang terdapat pada tabel berikut ini

**Tabel 4.9**

**Penggolongan Norma**

<b>KATEGORI</b>	<b>NORMA</b>
Tinggi	Mean Hipotetik - 1 SD > X
Sedang	Mean Hipotetik-1 SD ≤ X ≤ Mean +1SD
Rendah	X < Mean Hipotetik + 1SD

Selanjutnya, untuk mengetahui deskripsi tingkat harga diri, gaya hidup hedonis dan pembelian kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014, maka perhitungannya didasarkan pada distribusi norma yang diperoleh dari nilai Mean dan Standar Deviasi masing-masing atas dasar perhitungan menggunakan SPSS 16.00 *for windows*, dari hasil ini kemudian dilakukan pengelompokkan menjadi tiga kategori yaitu kategori tinggi, sedang, dan rendah. Hasil perhitungan akan dipaparkan sebagai berikut:

a. Analisis Data Harga Diri

1. Mencari Mean Hipotesis ( $\mu$ ) dan Standar Deviasi Hipotetik ( $\sigma$ )

Untuk mengetahui kategorisasi variabel harga diri, maka terlebih dahulu mencari Mean Hipotetik ( $\mu$ ) dan Standar Deviasi Hipotetik ( $\sigma$ ) akan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Mean Hipotetik & Standar Deviasi Harga Diri**

Rumus	Pedoman	Hasil
Mean hipotetik ( $\mu$ )	$\frac{1}{2} (\sum \text{item } x \text{ skor tinggi} + \sum \text{item } x \text{ skor rendah})$	49
Standar deviasi hipotetik ( $\sigma$ )	$\frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$	5

## 2. Menentukan kategorisasi

Dalam menganalisa tingkat harga diri pada masing-masing responden penelitian, berikut ini akan dipaparkan pengkategorisasian dan tingkat harga diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014. Berdasarkan rumus yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kategorisasi harga diri adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Kategorisasi Harga Diri**

Kategori	Norma	Hasil
Rendah	$X < (M - 1 \text{ SD})$	$X < 44$
Sedang	$(M - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (M + 1 \text{ SD})$	$44 \leq X \leq 54$
Tinggi	$X > (M + 1 \text{ SD})$	$X > 54$

## 3. Menentukan Prosentase

Setelah mengetahui kategorisasi tinggi, sedang, rendah, maka langkah berikutnya adalah mengetahui prosentase dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

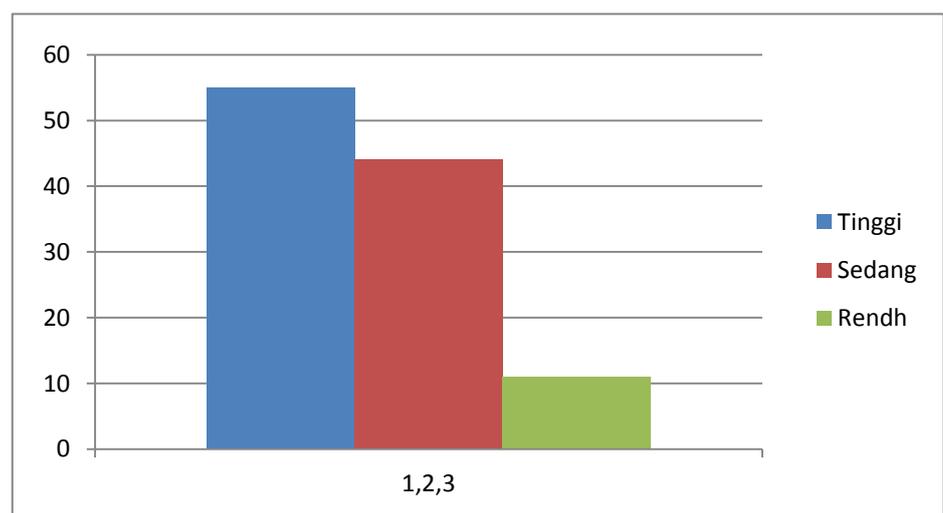
$$P = f/N \times 100 \%$$

Dengan demikian maka dapat diperoleh analisis hasil prosentase tingkat harga diri mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang Angkatan 2014 dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.12**

**Hasil Deskriptif Tingkat Harga Diri Mahasiswa  
Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang**

Kategori	Norma	Hasil	Frekuensi	Prosentase
Rendah	$X < (M - 1 SD)$	$< 44$	11	10%
Sedang	$(M - 1SD) \leq X \leq (M + 1 SD)$	$45 \leq 54$	44	40 %
Tinggi	$X > (M + 1SD)$	$> 55$	55	50 %
Total			110	100%



#### Gambar 4.1. Histogram Tingkat Harga Diri

Berdasarkan tabel histogram di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki tingkat harga diri yang tinggi. Hal ini ditunjukkan dengan hasil skor yang tinggi sebesar 50 % dengan jumlah frekuensi 55 orang, sedangkan yang memiliki tingkat harga diri yang rendah hanya 10% dengan jumlah frekuensi sebesar 11 orang dan yang memiliki tingkat harga diri yang sedang sebesar 40% dengan jumlah frekuensi sebesar 44 orang dari jumlah keseluruhan total responden penelitian 110 orang mahasiswa fakultas ekonomi uin maliki malang angkatan 2014. Harga diri yang tinggi menunjukkan bahwa mereka mampu mengontrol emosi dengan baik meskipun hanya untuk dirinya sendiri, dapat menerima keadaan dirinya, adanya kerjasama antar teman dan saling memiliki satu dengan yang lain.

Indikasi mahasiswa yang harga dirinya tinggi akan aktif dan nyaman dengan lingkungan sosialnya. Mahasiswa dengan harga diri yang tinggi akan menampilkan suatu perilaku yang dapat

mendorong kearah pencapaian keberhasilan dalam pergaulan, sehingga mahasiswa mampu beradaptasi terhadap pengaruh lingkungan atau gaya hidup yang mereka ikuti.

b. Analisis data Gaya Hidup Hedonis

1. Mencari Mean Hipotesis ( $\mu$ ) dan Standar Deviasi Hipotetik ( $\sigma$ )

Untuk mengetahui kategorisasi variabel religiusitas, maka terlebih dahulu mencari Mean Hipotetik ( $\mu$ ) dan Standar Deviasi Hipotetik ( $\sigma$ ) akan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.13**

**Mean Hipotetik & Standar Deviasi Gaya Hidup Hedonis**

Rumus	Pedoman	Hasil
Mean hipotetik ( $\mu$ )	$\frac{1}{2} (\sum \text{item} \times \text{skor tinggi} + \sum \text{item} \times \text{skor rendah})$	33
Standar deviasi hipotetik ( $\sigma$ )	$\frac{1}{6} (X_{max} - X_{min})$	4

2. Menentukan kategorisasi

Dalam menganalisa tingkat religiusitas pada masing-masing responden penelitian, berikut ini akan dipaparkan pengkategorisasian dan tingkat gaya hidup hedonis mahasiswa fakultas ekonomi uin maliki malang angkatan 2014. Berdasarkan rumus yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kategorisasi gaya hidup hedonis adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14****Kategorisasi Gaya Hidup Hedonis**

<b>Kategori</b>	<b>Norma</b>	<b>Hasil</b>
Rendah	$X < (M - 1 \text{ SD})$	$X < 29$
Sedang	$(M - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (M + 1 \text{ SD})$	$30 \leq X \leq 37$
Tinggi	$X > (M + 1 \text{ SD})$	$X > 38$

**3. Menentukan Prosentase**

Setelah mengetahui kategorisasi tinggi, sedang, rendah, maka langkah berikutnya adalah mengetahui prosentase dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

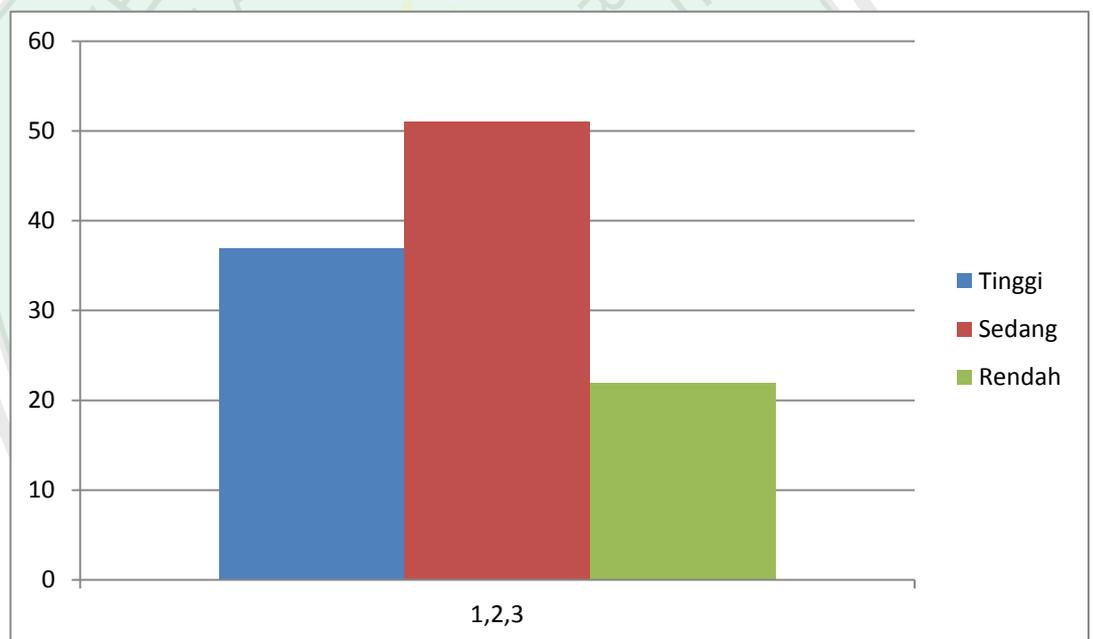
$$P = f/N \times 100 \%$$

Dengan demikian maka dapat diperoleh analisis hasil prosentase tingkat gaya hidup hedonis pada mahasiswa fakultas ekonomi uin maliki malang angkatan 2014 dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.15**

**Hasil Deskriptif Tingkat Gaya Hidup Hedonis  
Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang**

Kategori	Norma	Hasil	Frekuensi	Prosentase
Rendah	$X < (M - 1 SD)$	$< 29$	22	20 %
Sedang	$(M - 1SD) \leq X \leq (M + 1 SD)$	$30 \leq X \leq 37$	51	46 %
Tinggi	$X > (M + 1SD)$	$> 38$	37	34 %
Total			110	100%



Gambar 4.2 Histogram Tingkat Gaya Hidup Hedonis

Berdasarkan tabel histogram di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki tingkat gaya hidup hedonis yang sedang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil skor sedang sebesar 46 % dengan jumlah frekuensi 51 orang, sedangkan tingkat gaya

hidup hedonis rendah sebesar 20% dengan jumlah frekuensi 22 orang dan tingkat gaya hidup hedonis tinggi sebesar 34% dengan jumlah frekuensi sebesar 37 orang dari jumlah keseluruhan total responden penelitian 110 orang Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014.

Dengan tingkat gaya hidup hedonis yang sedang menunjukkan bahwa aktifitas, minat maupun pendapat yang dilakukan oleh mahasiswa fakultas ekonomi berada pada taraf yang seimbang seperti mahasiswa merasa biasa-biasa saja dalam menyikapi pergaulan yang mengarah pada kesenangan dan hura-hura. Mereka mengerti bahwa dampak dari gaya hidup hedonis tersebut mengarah pada perilaku konsumtif dan dapat bersifat kompulsif.

c. Analisis Data Pembelian Kompulsif

1. Mencari Mean Hipotesis ( $\mu$ ) dan Standar Deviasi Hipotetik ( $\sigma$ )

Untuk mengetahui kategorisasi variabel Pembelian Kompulsif, maka terlebih dahulu mencari Mean Hipotetik ( $\mu$ ) dan Standar Deviasi Hipotetik ( $\sigma$ ) akan diperoleh hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.16**

**Mean Hipotetik & Standar Deviasi Pembelian  
Kompulsif**

Rumus	Pedoman	Hasil
Mean hipotetik( $\mu$ )	$\frac{1}{2} (\sum \text{item} \times \text{skor tinggi} + \sum \text{item} \times \text{skor rendah})$	32
Standar deviasi hipotetik ( $\sigma$ )	$\frac{1}{6} (X_{max} - X_{min})$	4

2. Menentukan kategorisasi

Dalam menganalisa tingkat Pembelian Kompulsif pada masing-masing responden penelitian, berikut ini akan dipaparkan pengkategorisasian dan tingkat Pembelian kompulsif pada mahasiswa fakultas ekonomi uin maliki malang angkatan 2014. Berdasarkan rumus yang telah dipaparkan sebelumnya, maka kategorisasi pembelian kompulsif adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.17**

**Kategorisasi Pembelian Kompulsif**

Kategori	Norma	Hasil
Rendah	$X < (M - 1 \text{ SD})$	$X < 28$
Sedang	$(M - 1 \text{ SD}) \leq X \leq (M + 1 \text{ SD})$	$29 \leq X \leq 36$
Tinggi	$X > (M + 1 \text{ SD})$	$X > 37$

### 3. Menentukan Prosentase

Setelah mengetahui kategorisasi tinggi, sedang, rendah, maka langkah berikutnya adalah mengetahui prosentase dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

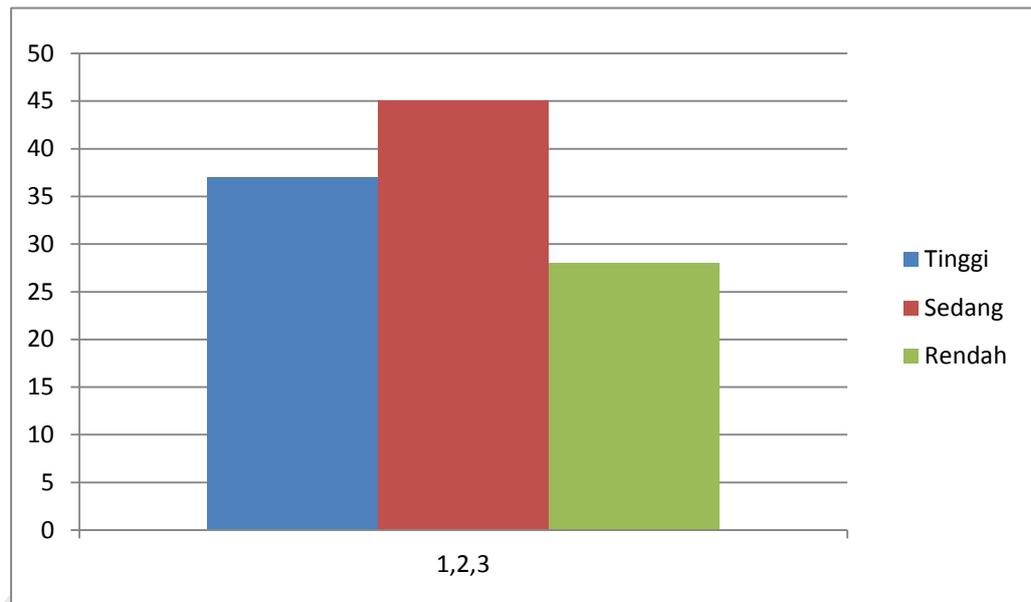
$$P = f/N \times 100 \%$$

Dengan demikian maka dapat diperoleh analisis hasil prosentase tingkat pembelian kompulsif pada mahasiswa fakultas ekonomi uin maliki malang angkatan 2014 dalam bentuk tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.18**

**Hasil Deskriptif Tingkat Pembelian Kompulsif Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang**

<b>Kategori</b>	<b>Norma</b>	<b>Hasil</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase</b>
Rendah	$X < (M - 1 SD)$	$< 26$	28	25 %
Sedang	$(M - 1SD) \leq X \leq (M + 1 SD)$	$26 \leq X \leq 34$	45	41 %
Tinggi	$X > (M + 1SD)$	$> 35$	37	34 %
Total			110	100%



Gambar 4.3 Histogram Tingkat Pembelian Kompulsif

Berdasarkan tabel histogram di atas dapat diketahui bahwa dari keseluruhan mahasiswa fakultas ekonomi uin maliki malang angkatan 2014 memiliki tingkat pembelian kompulsif yang sedang. Hal ini ditunjukkan dengan hasil skor yang sedang sebesar 41% dengan jumlah frekuensi sebesar 45 orang, sedangkan tingkat pembelian kompulsif yang rendah sebesar 25% dengan jumlah frekuensi sebesar 28 orang dan yang memiliki tingkat pembelian kompulsif tinggi sebesar 34% dengan jumlah frekuensi sebesar 37 orang dari jumlah keseluruhan total responden penelitian 110 Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014.

Tingkat kecenderungan pembelian kompulsif yang sedang menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi terkadang mengarah kepada kecenderungan pembelian kompulsif yang tinggi maupun yang

rendah. Mereka biasa-biasa saja dalam menyikapi segala hal atau isu-isu yang dapat mengarah kepada perilaku pembelian.

#### E. Hasil Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan analisis jalur (*path analysis*). Hasil uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui hubungan harga diri terhadap kecenderungan pembelian kompulsif baik secara langsung maupun tidak langsung (dimediasi oleh gaya hidup hedonis). Setelah melakukan analisis jalur (*path Analysis*) maka dapat diketahui variabel harga diri yang dimediasi oleh variabel gaya hidup hedonis dan gaya hidup hedonis memiliki kontribusi sebesar 56,49% dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel pembelian kompulsif sedangkan sisanya sebesar 43,51% dijelaskan oleh variabel lain diluar model, berikut adalah hasilnya

**Tabel 4.19**  
**Koefisien jalur antara variabel Eksogen**  
**terhadap variabel Endogen**

No	Hubungan antar Variabel	Lambang	Koef. <i>P</i>	Rasio F	Keterangan
1.	Harga Diri dengan Pembelian Kompulsif	$Py_1$	-0,083	0,000	Signiifkan
2	Gaya Hidup Hedonis dengan Pembelian Kompulsif	$Py_2$	0,519	0,000	Signifikan
3	Harga Diri dengan Gaya hidup hedonis	$P_{21}$	0,085	0,186	Tidak Signifikan
4	Harga diri dengan Pembelian Kompulsif melalui mediator gaya	$Py_1(2)$	0,430	0,000	Signifikan

hidup hedonis

Dari hasil analisis jalur tersebut dapat diketahui bahwa variabel harga diri berhubungan terhadap kecenderungan pembelian kompulsif baik secara langsung maupun tidak langsung. Hubungan langsung harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif yaitu sebesar  $-0,083$ . Sedangkan hubungan tidak langsung antara harga diri terhadap kecenderungan pembelian kompulsif ( dimediasi oleh gaya hidup hedonis ) memiliki kontribusi sebesar  $0,430$  dengan signifikansi  $< 0,05$  yakni  $0,000$ .

Selanjutnya hubungan langsung antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif memiliki kontribusi sebesar  $8,3\%$  dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel pembelian kompulsif sedangkan sisanya sebesar  $91,7\%$  dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Artinya jika harga diri tinggi maka kecenderungan pembelian kompulsif akan rendah karena hubungan negatif antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif.

Pada hasil yang lain menunjukkan bahwa ada hubungan tidak langsung antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif yang dimediasi oleh gaya hidup hedonis yang memiliki kontribusi sebesar  $43\%$  dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  yaitu  $0,000$  dalam menjelaskan kecenderungan pembelian kompulsif. Artinya jika harga diri tinggi dan

tingkat gaya hidup tinggi maka kecenderungan pembelian kompulsif akan tinggi pula.

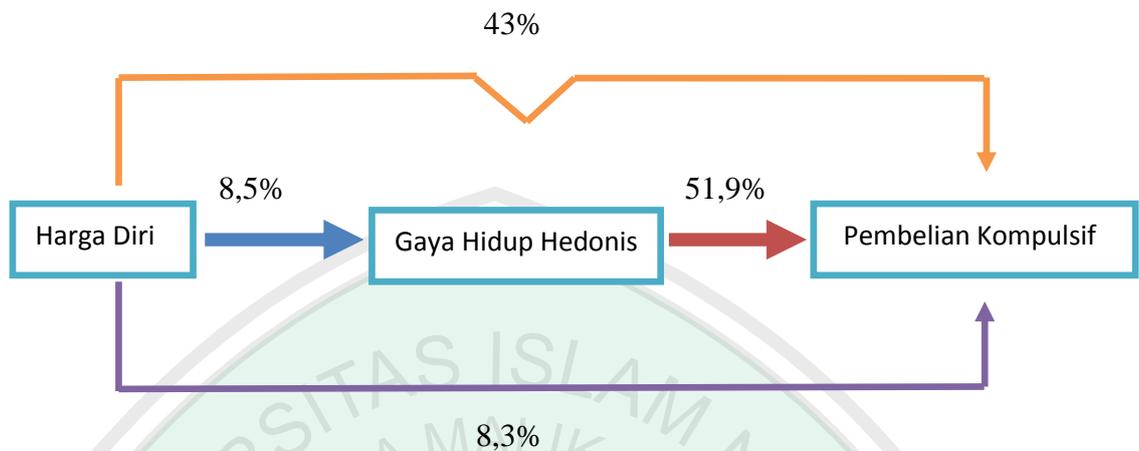
Sedangkan hubungan harga diri dengan gaya hidup hedonis memiliki kontribusi sebesar 0,085 dengan nilai signifikansi  $> 0,05$ . Artinya tidak ada hubungan antara harga diri dengan gaya hidup hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang. Dengan demikian hipotesis ini ditolak.

Selanjutnya meskipun harga diri tidak memiliki hubungan terhadap gaya hidup hedonis. Pada hasil yang lain menunjukkan bahwa gaya hidup hedonis berhubungan terhadap kecenderungan pembelian kompulsif. Variabel gaya hidup hedonis memiliki kontribusi sebesar 51,9% dengan signifikansi  $< 0,05$  yaitu 0,000. Dengan demikian masih ada 48,1% faktor lain yang dapat mempengaruhi gaya hidup hedonis. Hal ini berarti semakin tinggi gaya hidup hedonis maka akan semakin tinggi pembelian kompulsif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang Angkatan 2014, begitupun sebaliknya.

Hasil uji hipotesis dari masing-masing variabel menggunakan analisis jalur (*path analysis*) dapat digambarkan sebagai berikut:

**Tabel 4.20**

**Hasil uji hipotesis dari masing-masing variabel menggunakan analisis jalur (*path Analysis*) dapat digambarkan sebagai berikut :**



Gambar 4.4 Hasil Analisis Jalur (*path analysis*)

## F. PEMBAHASAN

### 1. Tingkat Harga Diri

Berdasarkan hasil analisis tingkat harga diri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang Angkatan 2014, yang telah dilakukan analisis dengan bantuan SPSS 16,0 *for windows*, menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori dengan prosentase yang berbeda-beda yaitu tinggi, sedang dan rendah. Pada mahasiswa fakultas ekonomi uin malang angkatan 2014 memiliki tingkat harga diri yang tinggi. Hal ini dapat diketahui dari data yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat 55 orang dengan prosentase 50% berada pada kategori tinggi, dan terdapat 44 orang dengan prosentase 40% berada pada kategori

sedang sedangkan pada kategori rendah hanya terdapat 11 orang dengan prosentase 10%.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang angkatan 2014 memiliki tingkat harga diri yang tinggi. Tingkat harga diri yang tinggi menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki perasaan berharga (dapat menerima dan mengapresiasi dirinya sendiri dalam kondisi apapun, merasa nyaman dengan keadaan dirinya, berprasangka baik terhadap dirinya), perasaan mampu (memiliki rasa bertanggung jawab dan merasa mampu mengontrol setiap bagian kehidupannya) dan perasaan diterima (rasa penghormatan, toleransi, kerja sama dan saling memiliki antara satu dengan yang lain.) yang baik.

Harga diri merupakan aspek kepribadian yang ikut berperan dalam mengontrol terhadap lingkungan disekitarnya. Jika mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 dalam penelitian ini termasuk dalam masa remaja yang memiliki harga diri tinggi maka akan merasa nyaman dan aktif di lingkungan masyarakat, dimana dengan harga diri yang tinggi mereka dapat menunjukkan perilaku yang positif

Dari hasil wawancara pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dapat diketahui bahwa mereka memiliki perilaku yang positif antara lain

mampu mencapai keberhasilan di lingkungan sosialnya, tegas dalam mengambil keputusan, mampu menerima keadaan diri sendiri serta keadaan orang lain, dan tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar. Sebaliknya bila seorang individu memiliki harga diri yang rendah, maka individu tersebut tidak tegas dalam mengambil keputusan, tidak mampu bersosialisasi pada lingkungan dengan baik, keinginan untuk diterima atau diakui oleh kelompok teman sebayanya dan mudah terpengaruh lingkungan sosial. Sehingga ketika harga diri seorang individu rendah maka akan cenderung terpengaruh oleh lingkungan sekitar yang ada.

Dalam Al-Qur'an juga dijelaskan bahwa seseorang yang bergembira dalam kehidupannya sehingga aktif dan ekspresif serta dapat menghadapi tantangan, maka Allah telah menjadikan pertolongan untuknya, seperti kutipan ayat berikut :

إِنَّ الَّذِينَ قَالُوا رَبُّنَا اللَّهُ ثُمَّ اسْتَقَمُوا تَتَنَزَّلُ عَلَيْهِمُ الْمَلَائِكَةُ أَلَّا تَخَافُوا وَلَا

تَحْزَنُوا وَأَبْشِرُوا بِالْجَنَّةِ الَّتِي كُنْتُمْ تُوعَدُونَ ﴿٢٠﴾

Artinya :

*“Sesungguhnya orang-orang yang mengatakan: "Tuhan Kami ialah Allah" kemudian mereka meneguhkan pendirian mereka, Maka Malaikat akan turun kepada mereka dengan mengatakan: "Janganlah kamu takut dan janganlah merasa sedih; dan gembirakanlah mereka dengan jannah yang telah dijanjikan Allah kepadamu".(Q.S Al-Fushilat : 30)*

Dari kutipan ayat diatas, maka secara tidak langsung manusia diperintahkan untuk memiliki harga diri yang tinggi, karena seseorang dengan harga diri yang tinggi akan menghadapi semua hal dengan optimis, tidak takut gagal, senantiasa bergembira karena dapat memandang segala sesuatunya dengan positif. Seseorang yang mempunyai harga diri yang tinggi tentu akan dapat mengenali segala hal yang ada dalam dirinya, sehingga dapat menjalani kehidupan dengan yakin.

## 2. Tingkat Gaya Hidup Hedonis

Berdasarkan hasil analisis tingkat harga diri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang Angkatan 2014, yang telah dilakukan analisis dengan bantuan SPSS 16,0 *for windows*, menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori dengan prosentase yang berbeda-beda yaitu tinggi, sedang dan rendah. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014 memiliki tingkat gaya hidup hedonis yang sedang. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian, bahwa terdapat 51 orang dengan prosentase 46%

berada pada kategori sedang, sedangkan pada kategori tinggi terdapat 37 orang dengan prosentase 34% dan terdapat 22 orang dengan prosentase 20% berada pada kategori rendah.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki tingkat gaya hidup hedonis yang sedang. Tingkat gaya hidup hedonis yang sedang menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki minat (apa yang dianggap penting bagi dirinya), aktivitas (bagaimana mereka menghabiskan waktunya) dan opini (pandangan-pandangan baik terhadap diri mereka sendiri maupun orang lain) dengan seimbang.

Hal tersebut diperjelas oleh Engel, dkk (1994) yang mengatakan bahwa Gaya hidup hedonis dapat di simbolkan dengan pengukuran AIO yaitu A merupakan *Activities* / kegiatan (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, acara sosial), I yaitu *Interest* / minat yang meliputi (makanan, pakaian, keluarga, rekreasi), dan O yaitu *Opinions* / pendapat (tentang diri, masalah sosial, bisnis, dan produk), yang mana aspek ini bermuara pada pencarian kesenangan hidup.

Pada aspek aktifitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014, mereka melakukan kegiatan (mengikuti perkuliahan, hobi, belanja, olahraga, dan jalan-jalan) dengan seimbang dan sesuai pada takaran atau keperluan masing-masing dari mereka.

Sedangkan pada aspek minat, mereka meluangkan waktu untuk bersama dengan teman-teman mereka dengan begitu akan membuat mereka menjadi menikmati hidup atau mendapatkan kepuasan tersendiri bagi mereka. Seperti yang dikatakan oleh Japariato (2010), Hedonisme adalah suatu paham yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan suatu kesenangan semata-mata yang difokuskan demi memenuhi kepuasan pikiran dari orang tersebut.

Selanjutnya pada aspek opini, sesuai dengan hasil wawancara bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 apabila berkumpul dengan *peer group* mereka lebih membicarakan tentang diri mereka sendiri (curhat) antara satu dengan yang lain, dan masalah sosial yang lagi nge-tren pada saat sekarang atau hanya sekedar bersenang-senang. Akan tetapi, pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki tingkat gaya hidup hedonis yang sedang yaitu hanya 51 orang. Apabila hal tersebut menjadi tujuan utama dalam hidup maka ada balasan tersendiri bagi mereka.

Gaya hidup hedonis dalam Islam berdasarkan kutipan ayat berikut :

فَلَوْلَا كَانَ مِنَ الْقُرُونِ مِنْ قَبْلِكُمْ أُولُوا بَقِيَّةَ يَهُودَ عَنِ الْفَسَادِ فِي الْأَرْضِ إِلَّا قَلِيلًا مِمَّنْ  
 أَخْرَجْنَا مِنْهُمْ وَالَّذِينَ ظَلَمُوا مَا أَتَرَفُوا فِيهِ وَكَانُوا مُجْرِمِينَ ﴿١٣١﴾

Artinya:

*‘Maka mengapa tidak ada dari umat-umat yang sebelum kamu orang-orang yang mempunyai keutamaan yang melarang dari pada (mengerjakan) kerusakan di muka bumi, kecuali sebahagian kecil di antara orang-orang yang telah Kami selamatkan di antara mereka, dan orang-orang yang zalim hanya mementingkan kenikmatan yang mewah yang ada pada mereka, dan mereka adalah orang-orang yang berdosa.’(Q.S Al-Huud : 116)*

Dari ayat diatas dapat kita pahami bahwa Allah telah mengingatkan kepada manusia agar tidak terjebak dalam gaya hidup hedonis yang nantinya akan ada balasan bagi mereka. Kecintaan terhadap suatu yang bersifat bendawi, hendaknya jangan sampai melupakan ketaatan kita kepada Allah dan Rasul-Nya, apalagi sampai mengorbankan aqidah islamiyah yang dengan susah payah dibangun sejak kecil sampai saat ini.

### 3. Tingkat Kecenderungan Pembelian Kompulsif

Berdasarkan hasil analisis tingkat harga diri pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang Angkatan 2014, yang telah dilakukan analisis dengan bantuan SPSS 16,0 for windows, menunjukkan bahwa terdapat tiga kategori dengan prosentase yang berbeda-beda yaitu tinggi, sedang dan rendah. Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki tingkat kecenderungan pembelian kompulsif

yang sedang. Hal ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat 45 orang dengan prosentase 41% berada pada kategori sedang, sedangkan terdapat 37 orang dengan prosentase 34% berada pada kategori tinggi dan hanya terdapat 28 orang dengan prosentase 25% berada pada kategori rendah.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki tingkat kecenderungan pembelian kompulsif yang sedang. Tingkat kecenderungan pembelian kompulsif yang sedang menunjukkan bahwa mereka melakukan pembelian dalam taraf yang sedang dan sesuai dengan takaran dalam diri mereka masing-masing. Karena apabila perilaku pembelian kompulsif dapat terjadi karena adanya pembelian yang tidak direncanakan sebelumnya. Perilaku pembelian kompulsif merupakan perilaku yang berlebih-lebihan dalam menggunakan uang, karena penggunaannya tidak lagi didasarkan atas dasar kebutan tetapi lebih mengarah pada pemuasan diri. Perilaku tersebut dapat berdampak buruk dikemudian hari apabila perilaku ini tidak ditekan sedini mungkin.

Dalam islam tentu saja perilaku ini juga telah dilarang oleh Allah. Allah telah berfirman dalam ayat-Nya yang melarang manusia untuk menghindari perilaku boros, hal itu dijelaskan dalam ayat berikut:

وَأَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا ﴿٢٦﴾ إِنَّ  
 الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ۗ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ ۚ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya :

“Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros” (Q.S Al-Isra’ : 26)

“Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya.” (Q.S Al-Isra’ : 27)

Dari kedua ayat diatas terdapat kata mubadzir, mubadzir menurut istilah berarti membelanjakan harta tidak sesuai dengan hak (peruntukan) harta tersebut, sedangkan menurut bahasa berasal dari kata *badzara – tabdziran*. Makna aslinya melempar bibit. Kata ini juga dipakai untuk menyebutkan segala bentuk pemecah belahan harta dan perusakan harta, maka ia dikatakan *badzarahu, Al- Mubadzir* artinya orang yang berlebih-lebihan dalam membelanjakan harta dan Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan dalam hal berpakaian, makan, minum dan sebagainya, karena hal tersebut dapat menyesatkan manusia ke dalam keterpurukan tudan akan menyesal dihari kemudian dan hari yang kekal hanya dihari akhirat. Hal tersebut

sama halnya dengan orang yang berperilaku kompulsif yang suka membelanjakan uangnya untuk hal-hal yang kurang diperlukan.

Dari ayat-ayat diatas, jelas bahwa Allah telah melarang pemborosan, karena pemborosan itu merupakan golongan syaitan. Selain itu perilaku kompulsif akan menjadi suatu hal yang sangat merugikan di kemudian hari jika tidak didukung dengan tingkat financial yang mencukupi. Allah juga telah memerintahkan manusia untuk bersikap sederhana dan pertengahan artinya tidak boros, tidak berlebihan dan juga tidak pula pelit. Seperti firman Allah dalam ayat berikut ini :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya :

*“Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) di tengah-tengah antara yang demikian.”(Q.S Al-Furqan : 67)*

Dari ayat diatas, maka dapat kita pahami bahwa sebagai manusia hendaknya kita dapat menempatkan diri sesuai dengan porsinya, tidak berlebihan dan senantiasa hidup sederhana, tetapi tidak pula menjadikan kita seseorang yang pelit. Dalam hidup ini memang seharusnya semua hal itu harus berjalan secara seimbang.

4. Hubungan langsung antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif

Perilaku pembelian kompulsif merupakan perilaku konsumtif dimana terdapat kecenderungan untuk selalu ingin membeli produk pada kategori tertentu sebagai bentuk pemenuhan akan perasaan emosional salah satunya adalah kebutuhan harga diri (*Self-Esteem*). Remaja yang berperilaku konsumtif sehingga kompulsif dalam perilaku pembeliannya cenderung lebih mengutamakan factor emosional.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan langsung antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis jalur bahwa harga diri memiliki signifikansi  $< 0.05$  yaitu variabel harga diri dengan signifikansi 0,000. Dengan demikian harga diri berhubungan langsung terhadap kecenderungan pembelian kompulsif. Hal ini sama dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Hanley dan Wilhelm (1991) dengan judul ‘‘*Compulsive Buying: an Exploration into Self-Esteem and Money Attitudes*’’ dimana *self-esteem* juga berpengaruh signifikan terhadap *compulsive buying*.

Hasil dari penelitian ini terlihat bahwa mayoritas dari subjek penelitian memiliki tingkat harga diri yang tinggi sehingga perilaku pembelian kompulsif yang dilakukan juga akan pada tingkat yang rendah. Hal ini terlihat dari hasil analisis bahwa Mahasiswa Fakultas

Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki tingkat harga diri pada kategori tinggi sebesar 55 orang dengan prosentase 50%. Dengan demikian, semakin tinggi harga diri yang dimiliki mahasiswa fakultas ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 maka semakin rendah kecenderungan pembelian kompulsif.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sumbangan yang diberikan variabel harga diri terhadap kecenderungan pembelian kompulsif sebesar 8,3%, dan sisanya 91,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model penelitian. Hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil analisis jalur variabel harga diri terhadap kecenderungan pembelian kompulsif dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,083. Walaupun harga diri memiliki kontribusi yang sedikit terhadap kecenderungan pembelian kompulsif tetapi masih banyak variabel lain yang mempengaruhi pembelian kompulsif, seperti kecemasan, perasaan yang tidak menyenangkan, fantasi, impulsivitas, kompulsivitas umum, *dependent*, *locus of control*, depresi, *denial* dan *isolation*.

Berdasarkan jawaban responden, pada aspek perasaan mampu merupakan aspek yang lebih dominan dalam membentuk variabel harga diri. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden lebih mampu mencapai keberhasilan di lingkungan sosialnya, tegas dalam mengambil keputusan, mampu menerima keadaan diri sendiri serta keadaan orang lain, dan tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sekitar.

Selanjutnya pada aspek perasaan berharga adalah aspek yang memiliki kontribusi terkecil dalam membentuk variabel harga diri, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 berpendapat bahwa seseorang harus dapat menerima dan mengapresiasi dirinya sendiri dalam kondisi apapun baik kondisi yang baik maupun kondisi yang buruk, merasa nyaman dengan keadaan dirinya, berprasangka baik terhadap dirinya.

5. Hubungan tidak langsung antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif melalui variabel mediasi gaya hidup hedonis

Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan antara harga diri dan kecenderungan pembelian kompulsif yang dimediasi oleh gaya hidup hedonis pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki kontribusi sebesar 43% dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada variabel pembelian kompulsif sedangkan sisanya sebesar 57% dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Karena pada tingkat gaya hidup hedonis diperoleh kategori yang sedang yang berarti mereka kurang terpengaruh oleh lingkungan sosial dan karena factor keluarga masing-masing dari mereka yang bahwasanya keluarga memegang peran yang sangat penting dan sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku individu. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis jalur pada variabel harga diri dan gaya hidup hedonis dengan nilai koefisien jalur sebesar 0,430. Dengan signifikansi  $< 0,05$

yang artinya terdapat hubungan antara harga diri dengan kecenderungan pembelian kompulsif yang dimediasi oleh gaya hidup hedonis. Dengan demikian harga diri hanya memiliki sedikit kontribusi dalam menjelaskan yang terjadi pada kecenderungan pembelian kompulsif dan gaya hidup hedonis menjadi factor yang dominan/ utama dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada kecenderungan pembelian kompulsif. Artinya sebaik apapun seseorang atau setinggi/ serendah apapun harga diri seseorang ketika mereka memiliki gaya hidup hedonis maka akan memiliki kecenderungan pembelian kompulsif dalam dirinya.

Dari hasil penelitian bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki harga diri yang tinggi. Hal tersebut berarti Semakin tinggi harga diri yang dimiliki maka akan semakin rendah gaya hidup hedonisnya, begitu pula sebaliknya semakin rendah harga diri mahasiswa maka akan semakin tinggi gaya hidup hedonisnya. Akan tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 memiliki tingkat kecenderungan pembelian kompulsif yang tinggi karena gaya hidup hedonis menjadi factor utama dalam menentukan perubahan yang terjadi pada kecenderungan pembelian kompulsif. Walaupun dengan tingkat harga diri yang tinggi ketika mahasiswa fakultas ekonomi memiliki tingkat gaya hidup yang tinggi maka akan memiliki tingkat kecenderungan pembelian kompulsif juga akan tinggi

dengan kontribusi sebesar 51,9% dalam menjelaskan perubahan pada pembelian kompulsif sedangkan harga diri hanya memiliki sedikit kontribusi yaitu 8,3% dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada pembelian kompulsif.

Berdasarkan penelitian menemukan bahwa indikasi mahasiswa yang harga dirinya tinggi akan aktif dan nyaman dengan lingkungan sosialnya. Apabila mahasiswa dapat memahami fakta tentang dirinya dengan baik, dapat mengenali diri sendiri dan dapat menerima dirinya, maka cenderung akan berpandangan positif tentang dirinya sehingga dapat meningkatkan harga dirinya.

Untuk memenuhi kebutuhan sosialnya, mahasiswa harus mampu membina hubungan dengan berkomunikasi dan menyesuaikan diri dengan baik. Penyesuaian diri terhadap diri sendiri dapat melalui kemampuan individu dalam menerima dirinya sendiri dengan tujuan tercapainya hubungan yang baik antara dirinya dengan lingkungan sekitar. Bentuk penyesuaian diri antara lain mampu menyesuaikan diri terhadap norma – norma kelompok, moral, tradisi, melepaskan diri dari orangtua, merealisasikan suatu identitas diri dan bergaul dengan teman sebaya (Monks dkk, 2002). Mahasiswa yang mampu menyesuaikan diri dengan baik, maka akan mempelajari berbagai keterampilan sosial dan mengembangkan sikap sosial yang menyenangkan pada orang lain. Kenyataan ini sesuai dengan tugas perkembangan yang harus dipenuhi oleh remaja yaitu mampu menjalin hubungan dengan teman

sebayu baik sejenis maupun lawan jenis (Hurlock, 2003). Keadaan ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki keinginan untuk memenuhi kebutuhan sosialnya dengan membina hubungan yang baik dan kemampuan menyesuaikan diri, tanpa harus mengikuti gaya hidup hedonis.

6. Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan pembelian kompulsif

Gaya hidup selalu mengalami perubahan seiring perkembangan zaman. Kehidupan yang semakin modern membawa manusia pada pola perilaku yang unik, yang membedakan individu satu dengan individu yang lain dalam persoalan gaya hidup. Bagi sebagian orang gaya hidup merupakan suatu hal yang penting karena dianggap sebagai sebuah bentuk ekspresi diri. Gaya hidup akan jelas terlihat pada seseorang yang selalu mengikuti perkembangan mode dan *fashion* terbaru yang ditunjukkan dengan perilaku membeli pakaian atau produk yang lainnya. Perilaku membeli tersebut memang kebutuhan setiap individu namun apabila membeli dengan cara yang sebagaimana mestinya tidak akan menimbulkan efek yang negatif. Hal ini biasa terjadi pada seorang remaja.

Fenomena gaya hidup tersebut tampak dikalangan remaja, menurut (Monk, dkk, 2003) remaja memang menginginkan agar penampilan,

gaya tingkah laku, cara bersikap, dan lain-lainnya akan menarik perhatian orang lain, terutama kelompok teman sebaya atau *peer-grup*. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan sosialnya dengan berusaha untuk mengikuti perkembangan yang terjadi seperti cara berpenampilan. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain atau teman sebaya menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang tren, misalnya dengan memilih model pakaian dengan merek terkenal dan terbaru dengan cara berbelanja atau melakukan perilaku pembelian.

Gaya hidup hedonis adalah pola perilaku yang dapat diketahui dari aktifitas, minat maupun pendapat yang selalu menekankan pada kesenangan hidup yang mengarahkan aktifitasnya untuk mencari kesenangan hidup dan aktifitas tersebut berupa menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang yang tidak/ kurang diperlukan dan selalu ingin menjadi pusat perhatian (Kresdianto,Dwi, 2014:48)

Menurut susanto (Martha dkk, 2008) megatakan bahwa atribut kecenderungan gaya hidup hedonis meliputi lebih senang mengisi waktu luang di mall, kafe, dan restoran-restoran makanan siap saji (*fast food*), serta memiliki sejumlah barang-barang dengan merek prestisius.

Dalam hal ini diketahui bahwa gaya hidup hedonis terdapat hubungan dengan pembelian kompulsif. Ketika seorang yang senang mengisi waktu luang dengan berbelanja di pusat pembelanjaan atau

tempat lain hal ini berarti seorang individu tersebut memiliki kecenderungan gaya hidup hedonis yang ditunjukkan dengan perilaku pembelian yang berlebihan.

Siloha (2009:20) mengatakan bahwa Setiap konsumen pasti mempunyai keinginan untuk membeli sesuatu secara terus menerus. Namun jika pembelian ini berlebihan dan menjadi sebuah kebiasaan, maka hal inilah yang biasa disebut sebagai *compulsive buying*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara gaya hidup hedonis dengan kecenderungan pembelian kompulsif pada mahasiswa fakultas ekonomi UIN Maliki Malang yang memiliki kontribusi sebesar 51,9% dalam menjelaskan perubahan yang terjadi pada kecenderungan pembelian kompulsif sedangkan sisanya 49,1% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis jalur pada variabel gaya hidup hedonis dengan kecenderungan pembelian kompulsif memiliki nilai koefisien jalur sebesar 0,519 dengan nilai signifikansi  $< 0,05$  yaitu 0,000.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan tingkat gaya hidup yang tinggi karena mencapai angka lebih dari 50% dengan demikian gaya hidup akan menjadi factor dominan dalam menentukan kecenderungan pembelian kompulsif.



## **BAB V**

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat harga diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 yaitu tinggi. Hal ini dapat diketahui dari data yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat 55 orang dengan prosentase 50% berada pada kategori tinggi, sedangkan terdapat 44 orang dengan prosentase 40% berada pada kategori sedang dan hanya terdapat 11 orang dengan prosentase 10% berada pada kategori rendah.
2. Tingkat gaya hidup hedonis Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 yaitu sedang. Hal ini dapat dilihat dari data penelitian, bahwa terdapat 51 orang dengan prosentase 46% berada pada kategori sedang, sedangkan terdapat 37 orang dengan prosentase 34% berada pada kategori tinggi, dan hanya terdapat 22 orang dengan prosentase 20% berada pada kategori rendah.
3. Tingkat kecenderungan pembelian kompulsif Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 yakni sedang. Hal ini dapat diketahui dari data penelitian yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan terdapat 45 orang dengan prosentase 41% berada pada

kategori sedang, sedangkan terdapat 37 orang dengan prosentase 34% berada pada kategori tinggi, dan terdapat 28 orang dengan prosentase 25% berada pada kategori rendah.

4. Hubungan harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif.

Setelah dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan SPSS 16.0 terhadap tiga variabel yang diujikan pada penelitian ini, yakni untuk melihat hubungan harga diri dan gaya hidup hedoni terhadap kecenderungan pembelian kompulsif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang dapat diketahui bahwa :

Ada hubungan antara harga diri dan gaya hidup hedonis terhadap kecenderungan pembelian kompulsif baik hubungan langsung maupun hubungan tidak langsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang Angkatan 2014 yang memiliki kontribusi sebesar 56,49% dalam menjelaskan pengaruh kecenderungan pembelian kompulsif sedangkan sisanya 43,51% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian. Pada pengujian hubungan langsung antara harga diri dengan kecenderunagn pembelin kompulsif denagn analisis jalur menghasilkan nilai koefisien jalur sebesar 0,083 dengan signifikansi 0,000. Sedangkan pegujian hubungan tidak langsung harga diri terhadap kecenderungan pembelian kompulsif yang dimediasi oleh gaya hidup hedonis menghasilkan nilai koefisien

jalur sebesar 0,430 dengan signifikansi 0,000. Artinya harga diri dan gaya hidup hedonis berhubungan dengan kecenderungan pembelian kompulsif dan gaya hidup hedonis menjadi variabel mediator dalam menjelaskan variabel kecenderungan pembelian kompulsif. Dengan demikian ketika harga diri tinggi/rendah dan tingkat gaya hidup hedonis tinggi maka akan memiliki kecenderungan pembelian kompulsif yang tinggi pula.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat disarankan sebagai berikut:

1. Bagi Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil tindakan kepada mahasiswa dan selalu mengingatkan tentang pembelian kompulsif (mana yang kebutuhan dan mana yang keinginan), karena dilingkungan kampus/pendidikan seorang dosen/guru sebagai pengganti orang tua bagi mahasiswa-mahasiswanya.
2. Bagi Mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Maliki Malang khususnya semester 4/ Angkatan 2014, diharapkan mampu mempertahankan harga dirinya agar tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial karena dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat harga diri Mahasiswa Fakultas

Ekonomi UIN Maliki Malang Angkatan 2014 berada pada kategori tinggi. Dan hendaknya memiliki banyak *review* terhadap produk dan pertimbangan yang matang sebelum melakukan pembelian tidak karena terlena dengan barang/produknya melainkan membutuhkan barang tersebut.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya, hasil ini diharapkan dapat menjadi khazanah keilmuan psikologi secara teoritis dan praktis. Selanjutnya, penelitian ini dapat dijadikan landasan untuk peneliti selanjutnya terkait dengan harga diri, gaya hidup hedonis dan pembelian kompulsif yang kemudian bisa dikaji lebih mendalam baik dari segi landasan teori maupun analisis data sehingga menghasilkan penelitian yang lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

Al-Quran Digital

- Arikunto 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi Revisi VI). PT. Rineka Cipta: Jakarta. hlm. 134
- Azwar, Saifuddin. 2003. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. 2007. *Sikap Manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar: 5-6
- Azwar, Saifuddin. 1999. *Reliabilitas dan validitas: Seri pengukuran Psikologi*. Yogyakarta: Sigma Alpha.
- Bagong Suyanto. 2013. *Sosiologi Ekonomi: Kapitalisme dan konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media. hal. 140-148
- Baron, dan Donn Byre. 2003. *Psikologi Sosial*. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga. hlm. 173
- Ciputra dan Vera. 2004. *Hubungan self-esteem dengan perilaku compulsive buying pada yold adulthood*. skripsi
- Damar, Kristanto. 2011. *Pengaruh Orientasi Fashion, Money Attitude dan Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Pada Remaja (Studi Pada Konsumen Produk Telepon Seluler Di Surabaya)*. skripsi. Universitas Negeri Surabaya.
- Dauzan Deriyansyah Praja dan Anita Damayantie. *Potret Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Mahasiswa*. *Jurnal Sociologie*, Vol. 1, No. 3: 184-193
- Dwi kresdianto. 2014. *Pengaruh gaya hidup hedonis pada fashion terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Psikologi UIN Malang*. Skripsi
- Fenny Felicia, Rianda Elvinawaty, dan Sri Hartini. 2014. *kecenderungan pembelian kompulsif: peran perfeksionisme dan gaya hidup hedonic*. *Psikologia: Jurnal Pemikiran & Penelitian Psikologi*. Vol. 9, No. 3, hal. 104-105

- Hanley Alice & Wilhelm Mari. 1992. *S.Compulsif Buying:An Exploration into Self-Esteem And Money Attitude. University of Arizona, Tucson USA.Journal of Economic Psychology* 13.5-18.hlm.7
- Hartini. 2008. *Perkembangan peserta didik*. Jakarta : Salemba Humanika
- Hasibuan, E. P. N.2010. Hubungan antara Gaya Hidup *Brand Minded* dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Sumatera Utara.
- Naomi, P., dan Mayasari. I. 2008. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif. *Telaah Bisnis*. Vol9. No. 2, 17 9-193. *Jurnal Ekonomi: Universitas Paramadina, Jakarta*.
- Ni Made Isti Paramita. 2015. *Peran Gaya Hidup Hedonisme dan Locus Of Control Dalam Menjelaskan Kecenderungan Shopping Addiction Pada Remaja Putri Di Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Brawijaya*. Skripsi.
- Nisfiannoor, Muhammad. 2009. *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Salemba Humanika: Jakarta. Hlm.92-96
- Martha, Hartati & Setyawan. 2008. *Correlation Among Self-Esteem with A Tendency Hedonis lifestlye of student at Diponegoro University*. *Journal Psychology*. Hal.3
- Monks, F.J., Knoers, A. M. P., Haditono, S.R. 2003. *Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen* (jilid 2, edisi ke-5). Jakarta: Erlangga
- Muharnia Dewi Adilia. 2010. *hubungan self-esteem dengan optimisme meraih kesuksesan karir pada mahasiswa fakultas psikologi uin syarif hidyatullah* :Jakarta.Skripsi..hlm.42

- Rahmania,P.N.Ika Yuniar. 2012. Hubungan Antara Self-Esteem dengan Kecenderungan *Body Dysmorphic* Pada Remaja Putri.Jurnal Psikologi Klinis dan Kesehatan Mental, Vol.1 No.02..hlm.112
- Retno, Mangestu. 2014. Model Pemebelian Kompulsif Pada Remaja.Disertasi.Universitas Gajah Mada.Yogyakarta.
- Ridwan dan Kuncoro. 2007.Analisis Jalur (Path Analysis): Cara Menggunakan dan Memakai.Alfabetha: Jakarta.
- Rizeki, Finta W. 2010. *Hubungan Antara Kebutuhan Harga Diri Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Terhadap Telepon Genggam Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Diponegoro*.Semarang: UniversitasDiponegoro
- Sandha Timora, dkk. 2012. Hubungan *Self-esteem* dengan penyesuaian diri pada siswa Tahun Pertama SMA Krisna Mitra Semaarang, jurnal psikologi, vol,1. hlm.54
- Sarlito W. Sarwono & Eko A. Meinarno. 2009. Psikologi Sosial.Jakarta:Salemba Humanika.hlm.57
- Sholihah, N. A., & Kuswardani, I. 2006. Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Ponsel Pada Remaja. *Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*.
- Siloha, Euis. 2009.Pengaruh *self-acceptance importance, affiliation importance* dan *cominity feeling importance* terhadap *compulsive buying*. *Jurnal Siasat Bisnis* Vol.14 no.1.April.19- 26.hlm.20
- Sugiyono. 2003. Metode Penelitian Administrasi. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2004. Perilaku Konsumen.. Bogor:Ghalia Indonesia.hlm.57

- Sumarto, Subroto dan Arianto. 2011. Penggunaan Kartu Kredit dan Perilaku Belanja Kompulsif. Dampaknya Pada Resiko Gagal Bayar. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol.6, No.1, April.hlm 1-7
- Sumarto. 2002. *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta
- Supranto. (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Suriyani Binti Yahya, dan Fatahyah Yahya.(2009). Hubungan Antara Perkawinan dengan *Self-esteem* *jurnal Kemanusiaan* bil.13, Jun.hlm.36
- Tri Dayaksini, dan Hudaniah.(2009). *Psikologi Sosial*. Malang: UMM Press.hlm.65
- Zuriah, Nurul. (2006). *Metode Penelitian Sosial dan Pendidikan: Teori Aplikasi*. Jakarta: Bumi Aksar

## Lampiran 1 SKALA

### 1. Skala Ujicoba (Y)

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Jurusan:

#### Petunjuk pengisian

Silakan mengungkapkan sejauh mana anda setuju atau tidak setuju dengan masing-masing pernyataan berikut. Harap menempatkan√ (centang) pada baris yang paling menunjukkan bagaimana Anda merasa tentang setiap pernyataan.

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Ketika saya punya uang, saya terpaksa membelanjakannya sebageian atau semua dari uang saya				
2.	Saya sering menuruti kata hati saya untuk berbelanja				
3.	Bagi saya, berbelanja adalah cara untuk menghilangkan stress/tekanan hidup dalam sehari-hari				
4.	Saya merasa sesuatu yang ada di dalam diri saya, mendorong saya untuk pergi berbelanja				
5.	Ada saatnya ketika saya memiliki dorongan kuat untuk membeli				
6.	Saya merasa sedikit bersalah setelah membeli sebuah produk,karena tampaknya tidak masuk akal.				
7.	Ada beberapa hal yang saya membeli saya tidak menunjukkan kepada siapa saja karena takut dianggap sebagai irasional dalam pembelian saya.				
8.	Saya sering memiliki sebuah keinginan yang tiba-tiba dan spontan, untuk pergi dan membeli sesuatu.				
9.	Ketika masuk mall atau pusat perbelanjaan Saya memiliki dorongan yang kuat untuk pergike toko dan membeli sesuatu.				
10.	Aku adalah salah satu dari orang-orang yang sering bereaksi terhadap penawaran penjualan lewat pos.				
11.	Saya sering membeli produk yang saya tidak perlukan, saat saya memiliki uang sedikit yang tersisa				
12.	Saya adalah seorang pemboros				
13.	Saya kadang-kadang berpikir"Jika saya harus melakukannya lagi, aku akan..."dan merasa kasihan sesuatu yang saya lakukan atau katakan.				
14	Setelah berbelanja mood saya menjadi baik				
15	Saya bahagia dan puas setelah pergi berbelanja				

16	Setelah berbelanja suasana hati saya biasa saja				
17	Berbelanja membuat saya menyalakan uang yang saya miliki				
18	Saya membeli sesuatu (pakaian,tas,aksesoris dll) yang menurut saya bagus				
19	Saya membeli sesuatu tidak karena saya membutuhkannya				
20	Saya menggunakan uang yang saya miliki sesuai dengan keperluan				
21	Saya berbelanja karena saya memerlukan barang tersebut				
22	Saya lebih sering membeli buku perkuliahan dari pada membeli pakaian,tas,dll				
23	Saya pernah terfikirkan "kenapa saya membeli barang/produk ini"				
24	Saya cenderung belanja lagi ketika barang/produk yang saya beli tidak sesuai dengan harapan saya				
25	Ketika saya memiliki uang dan saya melihat barang/produk yang saya sukai saya langsung membelinya				
26	Saya akan berfikir berkali-kali untuk membeli sesuatu				
27	Walaupun saya memiliki uang tetapi tidak membutuhkan barang/produk tertentu, saya tidak akan membelinya				
28	Ada saatnya ketika saya tidak menginginkan belanja				
29	Suasana hati saya baik-baik saja walaupun saya merasa menyesal telah membeli barang/produk tersebut				
30	Setelah saya membeli barang/produk tertentu saya tidak pernah merasa menyesal				
31	Bagi saya belanja itu menyenangkan dan tidak akan ada penyesalan setelah berbelanja				
32	Saya sangat sering berbelanja				
33	Saya sangat sering pergi ke mall,pusat perbelanjaan hanya untuk melihat-lihat barang/produk yang lagi ng-tren.				

#### SKALA HARGA DIRI (X1)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya merasa sebagai orang yang berguna, paling tidak sama seperti orang lain.				
2.	Saya merasa memiliki sejumlah kualitas yang baik.				
3.	Secara umum, saya cenderung merasa sebagai orang yang gagal				
4.	Saya mampu melakukan hal-hal sebaik yang kebanyakan orang lakukan				
5.	Saya merasa tidak memiliki banyak hal untuk dibanggakan				
6.	Saya memiliki sikap positif terhadap diri saya				
7.	Secara umum, saya puas dengan diri saya				
8.	Saya berharap saya lebih menghargai diri saya sendiri				
9.	Saya sering kali merasa tidak berguna.				

10.	Saya sering kali berfikir bahwa saya sama sekali bukan orang yang baik				
11	Menyenangkan menjadi orang seperti saya				
12	Teman-teman senang meminta pendapat kepada saya				
13	Terkadang saya berfikir orang lain akan mengganggu saya				
14	Saya merasa banyak teman-teman yang mengenal saya dengan baik				
15	Saya menerima semua orang dalam berteman				
16	Ide-ide saya biasanya disenangi orang lain				
17	Kegagalan yang saya alami membuat saya sulit untuk mulai berusaha kembali				
18	Saya merasa orang lain lebih baik dari pada diri saya sendiri				
19	Beberapa masalah dapat saya selesaikan dengan baik				
20	Saya memiliki banyak hal untuk dibanggakan				
21	Saya sering diminta teman untuk membantu menyelesaikan masalah mereka				
22	Saya mengalami kesulitan pada banyak hal				
23	Berbagai alternatif membuat saya bingung untuk memutuskan sesuatu				
24	Biasanya saya menemukan cara baru untuk menyelesaikan masalah yang saya hadapi				
25	Berada di tengah keluarga membuat saya lebih tenang				
26	Orang-orang biasanya mengikuti anjuran saya				
27	Saya merasa keluarga saya mengharapkan hal-hal yang sulit saya lakukan				
28	Orang-orang di rumah membuat saya tidak betah				
29	Saya merasa keluarga saya memahami diri saya				
30	Saya mudah putus asa				
31	Saya merasa teman-teman sepergaulan dan lingkungan dapat memahami saya				
32	Saya selalu yakin dalam mengambil keputusan dalam segala hal				
33	Saya yakin dapat menjalankan tanggung jawab yang ada pada diri saya				
34	Teman-teman saya berpendapat bahwa ide-ide saya tidak bagus				

SKALA GAYA HIDUP HEDONIS (X2)

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1	Saya lebih berminat menggunakan hp model terbaru dari pada hp yang sudah tertinggal model				
2	Saya lebih banyak menghabiskan waktu bersama teman diluar untuk jalan-jalan				

3	Menurut saya, berpenampilan menarik itu nampak pada barang apa yang dikenakan				
4	Saya lebih suka berada dirumah dari pada diluar rumah hanya untuk nongkrong di kafe				
5	Saya tertarik pada barang-barang yang sederhana				
6	Saya lebih mementingkan buku perkuliahan dari pada pakaian,tas,asesoris dll				
7	Saya menghabiskan waktu luang dengan berbelanja di toko/mall				
8	Saya sering menolak ketika diajak teman pergi keluar misalnya ke mall, pusat perbelanjaan				
9	Saya tidak membutuhkan pakaian,tas dll yang menjadi tren terbaru masa sekarang				
10	Ketika melihat baju yang saya suka di toko baju saya berminat untuk langsung membelinya				
11	Saya lebih suka nongkrong di café atau di mall dengan teman-teman				
12	Saya sering online ber jam-jam, hanya untuk nonton youtube, facebook dan social media lainnya				
13	Saya lebih suka makan di restoran dari pada makan di warung				
14	Pakaian mahal belum tentu bagus dan pakaian bagus belum tentu mahal .				
15	Saya berminat untuk mengkoleksi barang-barang bermerek				
16	Memiliki produk pakaian yang mahal tidaklah perlu				
17	Saya merasa semua barang yang saya miliki tidak mengikuti trend masa sekarang				
18	Saya tidak menuruti keinginan saya untuk membeli barang-barang yang bermerek				
19	Menggunakan pakaian atau produk tren masa sekarang adalah keinginan saya				
20	Barang yang saya miliki harus barang yang bermerek				
21	Produk yang bermerek membuat saya percaya diri				
22	Tidak masalah jika saya tidak memiliki barang/produk yang bermerek				
23	Saya harus berpenampilan fasionable dan rapi				
24	Saya tidak update dalam media social mengenai model pakaian, tas dll yang lagi nge-tren				
25	Saya hanya membeli barang-barang yang saya perlukan				
26	Biasanya saya membeli barang yang kurang saya perlukan				
27	Saya tidak tertarik dengan barang yang bermerek walaupun teman saya memilikinya				
28	Saya tidak tertarik dengan produk-produk pakaian, tas dll yang terbaru				
29	Saya tidak tertarik dengan barang-barang yang sederhana				
30	Saya lebih senang makan diluar rumah bersama dengan teman				

## Lampiran 2 ANALISIS DATA

### UJI RELIABILITAS

#### PWB

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.697	18

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	53.6400	18.738	.454	.667
VAR00002	53.5700	19.642	.294	.684
VAR00003	53.6200	20.501	.121	.701
VAR00004	53.5600	19.219	.390	.674
VAR00005	54.3600	18.132	.433	.666

VAR0000 6	53.7100	19.299	.294	.684
VAR0000 7	53.6000	19.758	.226	.691
VAR0000 8	53.7000	20.939	.045	.708
VAR0000 9	54.1000	18.010	.524	.656
VAR0001 0	53.7100	21.663	-.083	.722
VAR0001 1	53.8800	19.824	.330	.682
VAR0001 2	53.7800	19.365	.321	.681
VAR0001 3	53.9100	19.578	.355	.679
VAR0001 4	53.6300	19.771	.265	.687
VAR0001 5	54.1400	18.869	.388	.673
VAR0001 6	53.7700	20.280	.177	.695
VAR0001 7	53.9400	19.107	.396	.673
VAR0001 8	54.2100	20.046	.165	.698

**KOMITMEN****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.845	24

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	66.8020	66.860	.334	.842
VAR00002	66.6931	66.875	.453	.839
VAR00003	66.9109	67.302	.368	.841
VAR00004	67.6931	63.995	.448	.837
VAR00005	67.0297	64.349	.456	.837
VAR00006	66.8911	66.298	.364	.841

VAR0000 7	67.0693	68.185	.136	.852
VAR0000 8	66.9802	64.440	.455	.837
VAR0000 9	67.3861	64.039	.486	.836
VAR0001 0	67.6733	64.302	.411	.839
VAR0001 1	67.5149	63.532	.533	.834
VAR0001 2	67.1089	66.798	.313	.842
VAR0001 3	66.8515	66.308	.420	.839
VAR0001 4	67.6139	65.499	.371	.841
VAR0001 5	67.4554	63.730	.562	.833
VAR0001 6	67.4158	65.325	.389	.840
VAR0001 7	66.7030	67.191	.375	.840
VAR0001 8	67.0693	66.505	.344	.841
VAR0001 9	67.3564	66.732	.305	.843
VAR0002 0	67.0000	67.200	.388	.840

VAR0002 1	67.1089	64.818	.463	.837
VAR0002 2	66.8812	66.306	.445	.838
VAR0002 3	66.8515	67.408	.357	.841
VAR0002 4	67.0792	65.214	.442	.838

## RELIGIUSITAS

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	26

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR0000 1	85.5200	45.510	.348	.832
VAR0000 2	84.0000	49.833	-.059	.839

VAR0000 3	85.0000	48.250	.090	.843
VAR0000 4	84.1200	46.527	.596	.827
VAR0000 5	84.1600	46.140	.488	.828
VAR0000 6	84.3600	43.407	.486	.826
VAR0000 7	83.9600	49.707	.000	.838
VAR0000 8	84.4000	47.083	.285	.834
VAR0000 9	84.0400	47.957	.436	.832
VAR0001 0	84.5200	46.093	.413	.829
VAR0001 1	84.2400	47.273	.353	.832
VAR0001 2	84.3200	45.477	.509	.826
VAR0001 3	84.6800	46.977	.280	.834
VAR0001 4	84.1200	49.193	.071	.839
VAR0001 5	84.8400	46.973	.251	.836
VAR0001 6	84.1200	47.860	.330	.833

VAR0001 7	84.2400	48.107	.219	.836
VAR0001 8	84.6800	44.477	.593	.823
VAR0001 9	84.6800	44.227	.556	.823
VAR0002 0	84.2400	47.273	.287	.834
VAR0002 1	85.4400	44.007	.460	.827
VAR0002 2	85.7600	46.940	.170	.842
VAR0002 3	84.9200	43.327	.554	.823
VAR0002 4	84.6400	43.157	.747	.816
VAR0002 5	85.0000	44.500	.476	.827
VAR0002 6	85.0000	42.417	.601	.820

### HASIL ITEM DELETED

### KOMITMEN ORGANISASI

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

VAR0000 1	63.8218	64.008	.330	.849
VAR0000 2	63.7129	63.987	.452	.845
VAR0000 3	63.9307	64.405	.367	.847
VAR0000 4	64.7129	61.227	.443	.845
VAR0000 5	64.0495	61.368	.467	.844
VAR0000 6	63.9109	63.402	.365	.847
VAR0000 8	64.0000	61.500	.462	.844
VAR0000 9	64.4059	61.404	.470	.844
VAR0001 0	64.6931	61.635	.398	.847
VAR0001 1	64.5347	60.651	.538	.841
VAR0001 2	64.1287	63.973	.306	.850
VAR0001 3	63.8713	63.413	.421	.846
VAR0001 4	64.6337	62.854	.353	.848
VAR0001 5	64.4752	60.672	.582	.839

VAR0001 6	64.4356	62.368	.396	.847
VAR0001 7	63.7228	64.222	.382	.847
VAR0001 8	64.0891	63.602	.345	.848
VAR0001 9	64.3762	63.777	.310	.850
VAR0002 0	64.0198	64.140	.406	.846
VAR0002 1	64.1287	61.733	.482	.843
VAR0002 2	63.9010	63.390	.449	.845
VAR0002 3	63.8713	64.473	.360	.848
VAR0002 4	64.0990	62.330	.444	.845

## RELIGIUSITAS

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR0000 1	68.5600	41.673	.284	.859
VAR0000 4	67.1600	41.973	.613	.849

VAR0000 5	67.2000	41.500	.517	.849
VAR0000 6	67.4000	39.000	.493	.850
VAR0000 8	67.4400	42.340	.317	.856
VAR0000 9	67.0800	43.327	.461	.854
VAR0001 0	67.5600	41.090	.489	.850
VAR0001 1	67.2800	42.710	.361	.854
VAR0001 2	67.3600	40.823	.542	.848
VAR0001 3	67.7200	42.543	.270	.858
VAR0001 5	67.8800	42.610	.234	.860
VAR0001 6	67.1600	43.307	.332	.855
VAR0001 7	67.2800	43.543	.220	.858
VAR0001 8	67.7200	40.377	.555	.847
VAR0001 9	67.7200	40.043	.534	.848
VAR0002 0	67.2800	42.543	.318	.856

VAR0002 1	68.4800	39.510	.474	.851
VAR0002 3	67.9600	39.040	.549	.847
VAR0002 4	67.6800	38.727	.764	.839
VAR0002 5	68.0400	40.123	.475	.850
VAR0002 6	68.0400	38.040	.611	.844

**PWB**

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR0000 1	37.7000	14.333	.467	.717
VAR0000 2	37.6300	14.983	.338	.732
VAR0000 4	37.6200	15.006	.346	.731
VAR0000 5	38.4200	13.600	.480	.714
VAR0000 6	37.7700	14.765	.314	.735

VAR0000 7	37.6600	15.196	.241	.743
VAR0000 9	38.1600	13.449	.590	.700
VAR0001 1	37.9400	15.451	.305	.735
VAR0001 2	37.8400	14.924	.324	.733
VAR0001 3	37.9700	15.120	.359	.730
VAR0001 4	37.6900	15.267	.271	.739
VAR0001 5	38.2000	14.485	.391	.726
VAR0001 7	38.0000	15.030	.325	.733

SAT PERPUSTAKA

## UJI NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		pwb	comit	Reli
N		101	101	101
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	41.1188	67.0693	71.6436
	Std. Deviation	3.85302	8.25743	6.03421
Most Extreme Differences	Absolute	.083	.134	.088
	Positive	.083	.134	.042
	Negative	-.061	-.084	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.832	1.343	.883
Asymp. Sig. (2-tailed)		.493	.054	.416
a. Test distribution is Normal.				

## UJI LINIERITAS

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimen sion	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	komit	reli
1	1	2.990	1.000	.00	.00	.00
	2	.008	19.837	.22	.90	.04

3	.003	32.738	.78	.10	.96
---	------	--------	-----	-----	-----

a. Dependent Variable: pwb



## UJI KOEFISIEN

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	29.881	4.883		6.119	.000		
	komit	.297	.051	.543	5.843	.000	.754	1.327
	reli	.071	.062	.105	1.134	.259	.754	1.327

a. Dependent Variable: pwb



**UJI F DAN ANALISIS REGRESI BERGANDA****ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	774.869	2	387.434	27.875	.000 <sup>a</sup>
Residual	1362.121	98	13.899		
Total	2136.990	100			

a. Predictors: (Constant), reli, komit

b. Dependent Variable: pwb



**Lampiran 3** Hasil koding wawancara selama bulan November 2015 Januari 2016

Variabel	Aspek	Indikator	Fakta lapangan dari wawancara
PWB	Penerimaan Diri	Memiliki sikap positif terhadap diri	-Datang bulan mengganggu kerja -Nggak mood muncul 20% dalam 1 bulan -Stres dan trauma(sudah resign) -Berkali-kali pingsan (sudah resign)
		Mengakui dan menerima beberapa aspek diri termasuk yang baik dan yang buruk	
	Hubungan Positif dengan Orang Lain	Merasa positif tentang kehidupan masa lalu 1. Memiliki hubungan hangat, memuaskan, percaya dengan orang lain 2. Prihatin dengan kesejahteraan orang lain 3. Mampu empati, kasih sayang, keintiman 4. Memberi dan menerima	-Waktu untuk keluarga kurang -Jarang libur waktu keluarga kurang -Konflik dengan teman dan atasan -Pengen kerja di surabaya karena keluarga di sana -Complain wali murid
	Otonomi	1. Independen 2. Mampu melawan tekanan sosial untuk bertindak dengan cara tertentu 3. Mengevaluasi diri secara mandiri	-Kendala datang dari diri sendiri -Guru yang tidak masuk atau sakit mengganggu guru lainnya -Masalah keluarga terbawa ke pekerjaan

Penguasaan Lingkungan

1. Penguasaan dan kompetensi dalam mengelola lingkungan
2. Mengontrol permasalahan eksternal yang kompleks
3. Menggunakan peluang dengan efektif
4. Mampu memilih konteks yang sesuai dengan kebutuhan pribadi dan nilai

- Tantangan banyak
- Jam kerja diperpanjang hingga lembur
- Tuntutan pekerjaan dan dateline
- Pindah jabatan butuh penyesuaian
- 170 surat izin dan tidak masuk pada 1 bulan terakhir

Tujuan dalam Hidup

1. Memiliki tujuan dan rasa keberlangsungan
2. Terasa ada yang berarti menyajikan kehidupan masa lalu
3. Memegang keyakinan yang memberi tujuan hidup

- Terlalu jenuh hingga tidak bisa melakukan apa-apa dalam waktu tertentu

Pertumbuhan Pribadi

1. Memiliki perasaan pengembangan yang terus menerus
2. Melihat diri sebagai pribadi yang tumbuh dan berkembang
3. Terbuka dengan pengalaman baru

- Ingin jadi pembicara di seminar-seminar tapi tidak bisa karena pekerjaan
- Belum menjadi PNS sehingga ingin menjadi PNS namun tidak bisa

4. Menyadari potensi diri
5. Melihat perbaikan diri dari waktu ke waktu
6. Berubah dalam selfknowledge dan efektivitas

Variabel	Aspek	Indikator	Indikator Skala
Komitmen Organisasi	Komitmen Afektif	Berkaitan dengan emosional, identifikasi, dan keterlibatan pegawai di dalam suatu organisasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Ada rolling untuk penyegaran</li> <li>-Kondisi lingkungan cocok</li> <li>-Mmebuang pikiran negatif yang mengganggu kerja</li> <li>-Sudah dekat dengan teman seperti keluarga sendiri</li> <li>-Berusaha memahami dan menyelami lingkungan kerja</li> <li>-Cinta mati dengan pekerjaan</li> <li>-Atasan membantu kita saat kesusahan</li> <li>-Sudah nyaman</li> <li>-Saling mendukung</li> <li>-Sesuai dengan yang diinginkan</li> </ul>
	Komitmen Continuence	Komponen berdasarkan persepsi pegawai tentang kerugian yang akan dihadapi jika ia meninggalkan organisasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Masuk MIN itu susah</li> <li>-Kita dibayar jadi harus kerja</li> <li>-Menolak tawaran kerja di luar</li> <li>-Merasa harus kreatif dan tertantang dengan kerja</li> </ul>

Komitmen  
Normatif

Perasaan-perasaan  
pegawai tentang  
kewajiban yang  
harus ia berikan  
kepada organisasi

-Punya motivasi untuk menyelesaikan pekerjaan dengan tuntas

-Tanggung jawab kerja

-Tidak mau pindah meskipun ada masalah

-Lebih milih di sini daripada PNS di tempat lain

-Banyak ilmu yang didapat dengan berjalannya waktu

-Komitmen dari awal meskipun kadang terpaksa kadang ikhlas

-Memenuhi kebutuhan keluarga tiap bulan

-Sistemnya sudah bagus



LAMPIRAN 4 DATA EXCEL

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13		
1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	37	(Sedang)
2	4	4	1	2	4	4	3	3	3	3	4	2	3	40	(Sedang)
3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	45	(Sedang)
4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	2	44	(Sedang)
5	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	41	(Sedang)
6	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	37	(Sedang)
7	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	34	(Rendah)
8	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2	3	44	(Sedang)
9	2	2	4	1	4	4	3	3	4	2	3	3	4	39	(Sedang)
10	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	36	(Sedang)
11	3	4	4	2	3	4	3	3	3	4	2	2	3	40	(Sedang)
12	3	3	4	2	1	4	2	3	4	4	3	2	4	39	(Sedang)
13	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	41	(Sedang)
14	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38	(Sedang)

15	4	3	3	2	3	4	2	3	3	3	4	3	3	40	(Sedang)
16	3	3	4	2	4	4	2	4	3	3	3	3	4	42	(Sedang)
17	3	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	45	(Sedang)
18	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	2	3	41	(Sedang)
19	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	36	(Sedang)
20	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	41	(Sedang)
21	4	4	4	2	4	3	3	4	4	2	3	4	3	44	(Sedang)
22	4	3	3	3	1	3	3	3	3	4	4	4	3	41	(Sedang)
23	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	44	(Sedang)
24	3	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4	4	2	44	(Sedang)
25	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	43	(Sedang)
26	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	36	(Sedang)
27	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	40	(Sedang)
28	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	43	(Sedang)
29	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37	(Sedang)
30	4	4	3	2	3	4	2	3	3	3	3	2	2	38	(Sedang)

31	3	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	42	(Sedang)
32	3	4	4	2	4	4	2	4	3	3	4	2	3	42	(Sedang)
33	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	42	(Sedang)
34	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	42	(Sedang)
35	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	45	(Sedang)
36	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	40	(Sedang)
37	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	41	(Sedang)
38	3	2	4	2	2	4	1	4	3	3	2	2	3	35	(Rendah)
39	4	4	3	2	3	3	4	2	3	4	3	3	3	41	(Sedang)
40	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	41	(Sedang)
41	4	4	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	2	37	(Sedang)
42	2	4	3	2	3	4	3	4	4	2	3	2	3	39	(Sedang)
43	3	4	2	1	1	3	2	4	3	2	3	1	3	32	(Rendah)
44	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	37	(Sedang)
45	3	3	4	2	3	4	2	4	3	3	4	3	2	40	(Sedang)
46	4	4	4	2	4	4	2	4	4	3	4	3	4	46	(Sedang)

47	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	4	2	4	43	(Sedang)
48	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	3	3	3	39	(Sedang)
49	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	4	2	3	41	(Sedang)
50	4	3	4	2	3	4	3	2	3	3	3	3	4	41	(Sedang)
51	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	39	(Sedang)
52	3	3	3	2	3	4	2	4	2	2	3	3	3	37	(Sedang)
53	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	3	42	(Sedang)
54	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	42	(Sedang)
55	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	2	3	45	(Sedang)
56	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	39	(Sedang)
57	3	3	4	4	4	1	2	4	3	2	4	2	2	38	(Sedang)
58	4	4	3	2	2	4	3	4	2	3	4	2	2	39	(Sedang)
59	3	2	3	2	4	4	2	4	3	3	3	3	3	39	(Sedang)
60	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	45	(Sedang)
61	3	3	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	3	39	(Sedang)
62	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	42	(Sedang)

63	3	3	3	2	3	4	2	4	3	3	3	3	2	38	(Sedang)
64	3	3	3	2	2	1	1	4	2	3	3	2	3	32	(Rendah)
65	4	4	4	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	46	(Sedang)
66	4	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	42	(Sedang)
67	2	3	4	2	3	3	2	4	3	3	4	2	3	38	(Sedang)
68	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	2	4	46	(Sedang)
69	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	33	(Rendah)
70	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	39	(Sedang)
71	4	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	3	2	44	(Sedang)
72	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	38	(Sedang)
73	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	39	(Sedang)
74	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	40	(Sedang)
75	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	35	(Rendah)
76	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	41	(Sedang)
77	2	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	45	(Sedang)
78	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	4	4	4	46	(Sedang)

79	4	4	3	3	4	1	2	4	3	2	4	3	4	41	(Sedang)
80	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	40	(Sedang)
81	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42	(Sedang)
82	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	36	(Sedang)
83	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	37	(Sedang)
84	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	1	3	3	36	(Sedang)
85	4	4	4	4	4	2	3	2	3	3	4	2	3	42	(Sedang)
86	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	39	(Sedang)
87	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	49	(Sedang)
88	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	48	(Sedang)
89	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	47	(Sedang)
90	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	49	(Sedang)
91	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	46	(Sedang)
92	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	44	(Sedang)
93	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	47	(Sedang)
94	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	45	(Sedang)

95	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	45	(Sedang)
96	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	47	(Sedang)
97	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	49	(Sedang)
98	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	49	(Sedang)
99	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	47	(Sedang)
100	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4	41	(Sedang)
101	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	43	(Sedang)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23		
1	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	65	(Sedang)
2	4	3	3	2	3	4	4	3	1	1	1	4	4	2	4	4	2	3	4	2	3	3	3	67	(Sedang)
3	4	3	3	2	4	4	4	1	3	1	4	3	3	1	2	4	3	3	3	3	3	3	3	67	(Sedang)
4	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	63	(Sedang)
5	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	3	2	66	(Sedang)
6	4	4	4	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	60	(Sedang)

7	4	4	3	2	4	4	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	68	(Sedang)
8	3	4	3	2	3	4	4	3	1	2	3	3	2	3	3	4	4	2	3	4	3	4	4	71	(Sedang)
9	4	4	4	1	4	4	4	1	2	2	3	4	4	2	2	3	4	3	3	4	4	3	2	71	(Sedang)
10	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	56	(Sedang)
11	3	3	4	1	3	3	2	2	1	2	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	4	3	3	62	(Sedang)
12	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	81	(Tinggi)
13	2	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	2	2	62	(Sedang)
14	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	61	(Sedang)
15	4	3	3	3	3	3	3	2	1	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	(Sedang)
16	4	4	4	2	4	4	2	4	1	1	4	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	2	3	67	(Sedang)
17	4	3	4	3	4	4	4	2	1	1	4	4	1	2	1	4	4	2	3	1	3	3	4	66	(Sedang)
18	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	67	(Sedang)
19	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	59	(Sedang)
20	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	4	3	2	3	3	3	3	2	70	(Sedang)
21	4	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	65	(Sedang)
22	3	4	3	1	3	3	3	3	2	2	1	4	1	2	2	4	3	3	2	4	4	4	3	64	(Sedang)

23	4	3	3	2	3	2	2	2	2	1	4	3	1	1	1	4	3	2	3	1	4	3	3	57	(Sedang)	
24	4	2	2	2	2	1	2	1	1	2	4	4	1	2	1	4	1	3	3	2	3	3	1	51	(Sedang)	
25	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	59	(Sedang)	
26	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	62	(Sedang)	
27	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	64	(Sedang)	
28	2	3	3	2	3	3	4	4	2	2	2	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3	3	3	63	(Sedang)	
29	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	64	(Sedang)	
30	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	69	(Sedang)	
31	4	3	3	2	4	4	3	3	1	2	3	4	1	3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	70	(Sedang)	
32	4	4	3	4	4	4	4	2	1	3	4	4	1	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	78	(Tinggi)
33	3	3	4	1	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	74	(Tinggi)	
34	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	63	(Sedang)	
35	2	4	3	1	4	4	4	3	1	1	3	3	2	1	1	3	4	3	4	2	3	2	4	62	(Sedang)	
36	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	81	(Tinggi)	
37	4	4	3	2	4	4	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	75	(Tinggi)	
38	3	3	3	2	4	2	4	3	4	2	2	4	3	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	68	(Sedang)	

39	4	4	4	1	3	1	4	2	2	4	3	3	1	4	1	4	3	3	4	4	4	4	3	70	(Sedang)
40	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	66	(Sedang)
41	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	59	(Sedang)
42	3	3	2	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2	3	4	4	4	2	4	3	3	4	4	72	(Sedang)
43	2	3	3	4	3	3	3	3	4	1	4	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	4	3	64	(Sedang)
44	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	63	(Sedang)
45	3	3	4	2	3	4	4	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	4	4	2	68	(Sedang)
46	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	61	(Sedang)
47	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	4	4	2	2	3	4	3	3	3	58	(Sedang)
48	4	4	3	1	2	3	3	4	1	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	1	64	(Sedang)
49	4	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	2	56	(Sedang)
50	3	3	4	2	4	4	4	3	2	2	4	4	4	2	2	4	2	3	4	3	4	4	2	73	(Tinggi)
51	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	61	(Sedang)
52	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	65	(Sedang)
53	1	3	2	2	4	3	2	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	61	(Sedang)
54	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	65	(Sedang)

55	4	4	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	1	4	4	1	1	3	3	4	4	2	61	(Sedang)
56	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	65	(Sedang)
57	4	4	3	2	2	2	2	4	1	2	4	4	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	65	(Sedang)
58	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	4	1	4	3	3	4	2	65	(Sedang)
59	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	64	(Sedang)
60	4	4	3	1	3	3	3	4	1	3	4	3	1	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	69	(Sedang)
61	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	59	(Sedang)
62	3	3	3	1	3	4	4	4	2	2	3	2	2	2	1	4	4	4	2	4	3	3	3	66	(Sedang)
63	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	1	1	3	2	3	2	3	2	3	2	56	(Sedang)
64	3	3	3	2	2	3	4	1	1	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	63	(Sedang)
65	3	3	3	2	3	4	4	1	3	2	3	2	2	2	2	3	1	1	3	2	3	3	2	57	(Sedang)
66	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	57	(Sedang)
67	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	4	4	3	2	3	4	2	1	2	2	3	4	3	62	(Sedang)
68	4	4	4	1	2	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	1	3	4	2	2	4	4	75	(Tinggi)
69	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	63	(Sedang)
70	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	64	(Sedang)

71	2	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2	1	1	1	1	3	3	4	2	2	3	3	3	50	(Sedang)
72	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	60	(Sedang)
73	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	68	(Sedang)
74	2	3	3	1	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	58	(Sedang)
75	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	59	(Sedang)
76	4	4	3	1	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	63	(Sedang)
77	3	3	4	2	4	4	4	2	2	2	4	2	1	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	70	(Sedang)
78	3	4	4	2	3	4	3	2	4	3	1	4	1	4	3	4	3	1	4	4	3	3	3	70	(Sedang)
79	4	4	4	1	4	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	4	3	4	4	3	71	(Sedang)
80	3	4	4	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	67	(Sedang)
81	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	69	(Sedang)
82	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	65	(Sedang)
83	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	60	(Sedang)
84	2	4	4	1	1	2	2	2	2	3	2	4	2	2	3	2	3	2	2	2	4	3	3	57	(Sedang)
85	4	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	3	4	4	2	2	3	4	2	2	4	57	(Sedang)
86	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	64	(Sedang)

87	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	81	(Tinggi)
88	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	83	(Tinggi)
89	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	83	(Tinggi)
90	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	83	(Tinggi)
91	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	85	(Tinggi)
92	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	79	(Tinggi)
93	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	85	(Tinggi)
94	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	85	(Tinggi)
95	4	3	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	82	(Tinggi)
96	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	79	(Tinggi)
97	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	82	(Tinggi)
98	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	82	(Tinggi)
99	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	83	(Tinggi)
100	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	75	(Tinggi)
101	4	4	3	4	2	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	80	(Tinggi)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		
1	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	2	4	2	1	2	3	2	2	80	(Tinggi)
2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	96	(Tinggi)
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	4	4	93	(Tinggi)
4	1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2	1	4	3	4	4	90	(Tinggi)
5	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	2	2	3	4	3	3	90	(Tinggi)
6	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	86	(Tinggi)
7	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	83	(Tinggi)
8	1	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	2	4	3	2	2	87	(Tinggi)
9	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	95	(Tinggi)
10	2	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	3	3	3	2	2	86	(Tinggi)
11	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	1	1	2	3	2	2	84	(Tinggi)
12	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	97	(Tinggi)
13	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	90	(Tinggi)
14	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	91	(Tinggi)

15	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	82	(Tinggi)	
16	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	3	3	91	(Tinggi)	
17	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	97	(Tinggi)	
18	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	2	2	3	3	3	82	(Tinggi)	
19	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	89	(Tinggi)	
20	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	2	2	2	4	2	3	88	(Tinggi)	
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	104	FALSE	
22	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	2	3	3	1	84	(Tinggi)	
23	2	4	3	3	4	1	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	1	2	2	3	2	76	(Tinggi)	
24	3	4	2	3	2	1	4	4	3	2	4	2	3	4	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	72	(Tinggi)
25	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	86	(Tinggi)	
26	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	81	(Tinggi)	
27	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	1	1	3	3	2	2	76	(Tinggi)	
28	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	96	(Tinggi)	
29	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	2	3	3	3	2	90	(Tinggi)	
30	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	4	95	(Tinggi)	

31	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	91	(Tinggi)
32	2	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	2	1	4	4	2	4	86	(Tinggi)
33	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	100	(Tinggi)
34	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	91	(Tinggi)
35	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	100	(Tinggi)
36	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	91	(Tinggi)
37	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	92	(Tinggi)
38	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	93	(Tinggi)
39	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	2	91	(Tinggi)
40	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	3	3	91	(Tinggi)
41	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	89	(Tinggi)
42	1	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	2	2	2	2	4	2	80	(Tinggi)
43	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	2	1	4	4	4	4	91	(Tinggi)
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	77	(Tinggi)
45	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	2	3	2	1	2	3	2	2	81	(Tinggi)
46	2	4	3	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	1	3	4	2	3	85	(Tinggi)

47	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	4	1	1	2	3	1	2	79	(Tinggi)
48	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	2	4	3	91	(Tinggi)	
49	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	1	1	1	3	1	3	78	(Tinggi)	
50	1	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	1	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	89	(Tinggi)	
51	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	84	(Tinggi)
52	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	3	4	2	4	3	4	2	86	(Tinggi)
53	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	1	2	4	2	2	2	4	3	2	83	(Tinggi)	
54	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	1	87	(Tinggi)
55	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	4	4	4	2	1	2	2	2	2	86	(Tinggi)
56	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	84	(Tinggi)
57	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	1	3	3	3	3	92	(Tinggi)	
58	4	3	2	3	3	2	2	2	4	3	2	2	3	4	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	68	(Tinggi)	
59	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	2	2	2	3	4	2	85	(Tinggi)	
60	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	1	4	4	3	4	95	(Tinggi)	
61	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	1	3	3	2	4	94	(Tinggi)	
62	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	1	4	2	3	3	2	3	2	85	(Tinggi)	

63	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	1	3	3	92	(Tinggi)
64	2	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	83	(Tinggi)
65	2	4	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	4	2	4	90	(Tinggi)
66	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	3	88	(Tinggi)
67	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	2	2	2	2	2	2	85	(Tinggi)
68	2	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	3	1	4	4	4	4	90	(Tinggi)
69	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	93	(Tinggi)
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	75	(Tinggi)
71	1	2	2	3	4	2	4	3	4	3	3	4	1	3	1	4	3	2	2	2	4	2	4	4	4	4	75	(Tinggi)
72	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	98	(Tinggi)
73	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	100	(Tinggi)
74	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	2	3	87	(Tinggi)
75	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	84	(Tinggi)
76	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	86	(Tinggi)
77	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	1	4	3	4	4	96	(Tinggi)
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	2	4	2	1	3	4	4	3	89	(Tinggi)

79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	2	4	4	3	4	96	(Tinggi)
80	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	77	(Tinggi)
81	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	91	(Tinggi)
82	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	91	(Tinggi)
83	2	4	2	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	87	(Tinggi)
84	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	1	1	3	2	3	82	(Tinggi)
85	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	3	4	4	4	1	1	2	3	1	2	78	(Tinggi)
86	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	1	2	3	3	3	85	(Tinggi)
87	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	94	(Tinggi)
88	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	96	(Tinggi)
89	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	96	(Tinggi)
90	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	89	(Tinggi)
91	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	95	(Tinggi)
92	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	94	(Tinggi)
93	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	93	(Tinggi)
94	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	96	(Tinggi)

95	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	97	(Tinggi)
96	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	97	(Tinggi)
97	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	97	(Tinggi)
98	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	95	(Tinggi)
99	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	99	(Tinggi)
100	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	89	(Tinggi)
101	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	91	(Tinggi)



LAMPIRAN 5SME's (Subject Matter Expert)

1. Dr. Iin Tri Rahayu, M. Si
2. Dr. Fathul Lubabin Nuqul
3. Fina Hidayati, MA

