

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI ANGKATAN 2013
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI



Oleh

Eka Yuli Susanti

NIM. 12410167

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

2016

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI ANGKATAN 2013
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM 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:

Eka Yuli Susanti

NIM. 1241017

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

2016

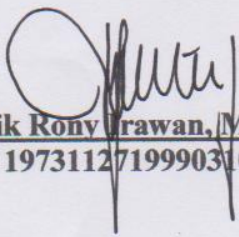
**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI ANGKATAN 2013
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

SKRIPSI

Oleh

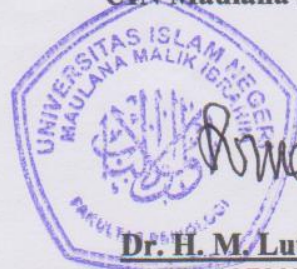
**Eka Yuli Susanti
NIM.12410167**

**Telah Disetujui Oleh:
Dosen Pembimbing**


**Andik Rony Irawan, M.Si
NIP. 197311271999031003**

Malang, *19 - Juni* 20*16*

**Mengetahui
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



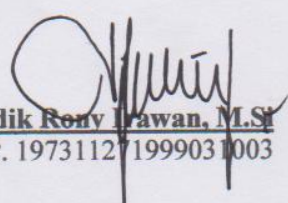
**Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag
NIP. 197307102000031002**

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PSIKOLOGI ANGKATAN 2013
UIN MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
Pada tanggal, 14 Juni 2016

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing


Andik Rony Irawan, M.Si
NIP. 197311271999031003

Anggota Penguji Lain

Penguji Utama


Dr. Iin Tri Rahayu, M.Si
NIP. 19720718 199903 2 001

Ketua Penguji


Dr. Retno Mangestuti, M.Si
NIP. 19750220 200312 2 004

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal, 14 Juni 2016

**Mengesahkan
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag
NIP. 19730710 200003 1 002

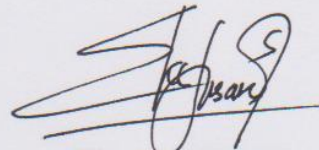
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Eka Yuli Susanti
NIM : 12410167
Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “**Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**”, adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika kemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

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

Malang, 14 Juli, 2016.
Penulis,



Eka Yuli Susanti
NIM. 12410167

MOTTO

*“TERUS MENCoba SUATU HAL BARU UNTUK MENAMBAH
PENGETAHUAN”.*

TETAP SEMANGAT



PERSEMBAHAN

“ Bismillahirrohmaanirrohiim...”

Ya Allah... Tuhan Yang Maha Adil, Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, tidaklah sia-sia Engkau menciptakan alam semesta ini beserta isinya. Begitu besar dan amat berat bagi ummat manusia untuk mengetahui segala keagungan kekuasaan-Mu, kecuali hanya sedikit ilmu yang telah Engkau berikan kepada hamba-Mu ini karena cinta dan belas kasih-Mu. Engkaulah Dzat Yang Maha Mengetahui segala-galanya, tiada yang menandingi, bahkan malaikat pun tidak mengetahui rencana-Mu, kecuali Engkau telah memberikan pengetahuan kepadanya.

Engkau telah mengirimkan Nabi-Mu, Muhammad SAW. kepada umat manusia demi tegaknya iman, Islam dan ihsan, serta meninggalkan warisan yang paling berharga ilmu dan para ulama' pewaris Nabi sepanjang masa.

Engkau telah menganugerahkan kedua orangtua yang tidak henti-hentinya berjuang dan memperhatikan pendidikan anak-anaknya, sehingga sampailah do'a mereka pada saya menjadi barokah atas terselesaikannya skripsi ini, maka saya persembahkan skripsi ini untuk kedua orangtua saya atas perintah Rosulullah SAW.

Guru-guru sekolah saya, serta dosen-dosen yang senantiasa membimbing dan memberikan ilmunya, pengemban amanah sebagai pengganti orangtua saya.

Selanjutnya...

Saudaraku dan teman-temanku yang selalu memberikan semangat terimakasih banyak sudah mendukung saya selalu. Serta tidak lupa seseorang yang selalu ada untuk saya selama ini Miftakul Alek Wibowo terimakasih banyak.

“Alhamdulillahirobbil ‘aalamiin.....”

KATA PENGANTAR

Bismillah, Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Sholawat dan Salam atas Nabi Muhammad SAW, sebaik-baik hamba dan Nabi akhir zaman pembawa kebenaran dan kesempurnaan.

Mengawali sesuatu yang baik tidaklah mudah, apalagi menjaga dan membawanya ke arah yang lebih sempurna, begitu juga dengan penulisan skripsi ini. Namun didorong oleh suatu kesadaran dan cita-cita untuk mengabdikan pada Agama, Bangsa, Negara dan nilai penuh kesabaran, akhirnya penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan baik. Di samping itu, kesempurnaan penulisan skripsi ini tidak lepas berkat adanya dorongan, semangat, petunjuk, nasehat dan bimbingan dari berbagai pihak.

Menyadari kenyataan yang demikian, maka penulis dengan segenap kerendahan hati merasa wajib untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada berbagai pihak yang telah membantu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Rahardjo, M.Si, selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M. Ag, selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yang telah memberikan izin penelitian.
3. Bapak Andik Rony Irawan, M.Si, selaku dosen pembimbing dan kepala laboratorium Fakultas Psikologi yang dengan penuh kesabaran dan kebijaksanaan telah memberikan bimbingan dalam penulisan laporan ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, yang tidak mungkin disebutkan satu-persatu atas bantuan akademis dan morilnya.

Menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dan ideal, untuk itu peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak demi sempurnanya tulisan ini dan pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya. Akhirnya, semoga tulisan sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi penulis dan para pembaca budiman. Amien.

Malang,20...

Penulis,

Eka Yuli Susanti

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
SURAT PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kepercayaan Diri	
1. Pengertian Kepercayaan Diri	11
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri	14
3. Aspek-Aspek Kepercayaan Diri	16

4. Kepercayaan Diri dalam perspektif Islam	19
B. Perilaku Konsumtif	
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	21
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	26
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	30
4. Perilaku Konsumtif dalam perspektif Islam	31
C. Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif..	33
D. Hipotesis Penelitian	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	38
B. Definisi Operasional	39
C. Populasi dan Sampel Penelitian	42
D. Metode Pengumpulan Data	43
E. Analisis data.....	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Pelaksanaan Penelitian	
1. Gambaran Lokasi Penelitian	52
2. Waktu dan Tempat Penelitian	57
3. Jumlah Subjek Penelitian	57
4. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data	57
5. Hambatan-hambatan Saat Penelitian	57
B. Hasil Penelitian	58
C. Analisis Data.....	64
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	70
B. Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	73
BUKTI KONSULTASI.....	78
SURAT IZIN PENELITIAN.....	79
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : <i>Blue print</i> dan sebaran aitem skala Kepercayaan Diri	45
Tabel 2 : <i>Blue print</i> dan sebaran aitem skala Perilaku Konsumtif	46
Tabel 3 : Kategorisasi Skor Subjek.....	58
Tabel 4 : Ringkasan Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 5 : Sebaran Aitem Skala Kepercayaan Diri	60
Tabel 6 : Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif	61
Tabel 7 : Hasil Uji Normalitas	62
Tabel 8 : Hasil Uji Linieritas	63
Tabel 9 : Hasil Uji Hipotesis <i>Product Moment Pearson</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Peran Antar Variabel	37
Gambar 2. Skor Skala Likert.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Skala 1 (Kepercayaan Diri).....	81
Lampiran 2 : Skala 2 (Perilaku Konsumtif)	83
Lampiran 3 : Uji Validitas	85
Lampiran 4 : Uji Reliabilitas	89
Lampiran 5 : Uji Normalitas.....	90
Lampiran 6 : Uji Linieritas.....	91
Lampiran 7 : Uji Hipotesis.....	93
Lampiran 8 : Skor aitem Kepercayaan Diri.....	94
Lampiran 9 : Skor aitem Perilaku Konsumtif.....	100

ABSTRAK

Eka Yuli Susanti. 2016. *Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Angkatan 2013 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi, Pembimbing: Andik Rony Irawan, M. SI, PSI

Kata kunci: kepercayaan diri, perilaku konsumtif

Masa remaja akan muncul keprihatinan perubahan fisiknya. Ketidakpuasan hanya dialami beberapa bagian tubuh tertentu dan hal ini kebanyakan dialami oleh remaja yang memiliki kurang rasa percaya diri. Kemungkinan penyebab dari perilaku konsumtif yang dilakukan seseorang adalah kurangnya pengendalian diri. Rendahnya pengendalian diri membuat seorang remaja menjadi konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan bentuk penelitian korelasional. Populasi sebanyak 230 mahasiswa, untuk pengambilan sampel sebanyak 65% dari seluruh populasi, maka sampel yang digunakan hanya 150 subjek. Instrumen penelitian kepercayaan diri ($\alpha = ,846$), skala perilaku konsumtif ($\alpha = ,773$). Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan: (1) tingkat kepercayaan diri berada pada kategori tinggi dengan prosentase 69,3%, (2) tingkat perilaku konsumtif berada pada kategori sedang dengan prosentase 79,3%, dan (4) nilai $F = 0,488$ dengan nilai $p = ,486$. Hasil ini berarti hipotesis yang menyatakan adanya Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif adalah ditolak. Karena hasil uji korelasi pearson menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,147 atau $p > 0,05$ dengan koefisien korelasi -0,119 maka hipotesis ditolak, artinya tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2013 UIN Malang.

ABSTRACT

Eka Yuli Susanti. 2016. *The relationship of Confidence with the Consumptive Behavior in Psychology student Force 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*. Thesis, Supervisor: Andik Rony Irawan, M. SI.

Key words: confidence, consumer behavior

Adolescence physical change concerns will emerge. Dissatisfaction only experienced a few certain body parts and it is mostly experienced by teens who have less confidence. Possible causes of a consumerist behavior do someone is the lack of self-control. Low self-control makes a teenager be consumerist.

This research aims to look at the relationship between Consumer Behavior with Confidence. This research uses a quantitative approach with research korelasional. Population of 230 students, for sampling as much as 65% of the entire population, then the sample is used only 150 subject. Research instrument confidence ($\alpha = ,846$), the scale of consumptive behaviors ($\alpha = 4,577$). Analytical techniques used were linear regression.

Based on the results of the research can be concluded: (1) the level of confidence is at a high percentage of category 69,3%, (2) the level of consumptive behavior are at a medium category percentage of 79.3%, and (4) the value of $F = 0.488$ value $p = ,486$. This result means that the hypothesis which States the existence of a relationship of Confidence with the Consumerist Behavior is rejected. Because pearson correlation test result produces the value significance of $0.147 > 0.05$ or p with coefficients of correlation-0.119 then the hypothesis is rejected, meaning that there is no relationship between the level of confidence against consumerist behavior on students Psychology faculty force 2013 UIN Malang.

الملخص

ايكا يولي سوسنتي. 2016. العلاقة ثقة الذاتى مع السلوك الاستهلاكية في الطلاب علم النفس السنة الدراسة 2013 جامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانجبحث جامعي، المشرف: انديك روني إروان، الماجستير

كلمات الرئيسية: الثقة، وسلوك الاستهلاكية

في سن المراهقة المخاوف التغيرات الجسدية. شهدت استياء فقط أجزاء معينة من الجسم وهو من ذوي الخبرة في الغالب المراهقين الذين لديهم أقل ثقة. الأسباب المحتملة لسلوك المستهلك أن الشخص هو عدم وجود ضبط النفس. انخفاض ضبط النفس لجعل سن المراهقة الى الاستهلاكية.

وأما الهدف من هذه الدراسة إلى دراسة العلاقة بين الثقة في سلوك الاستهلاكية. تستخدم هذه الدراسة المنهج الكمي لشكل بحث تلازمية. سكان 230 طلاب وطالبات، لأخذ العينات بقدر 65٪ من مجموع السكان، ثم يتم استخدام 150 العينات. الثقة أدوات البحث $\alpha = 0.05$ ، سلوك الاستهلاكية على نطاق 773، $\alpha = 0.05$ و تقنية التحليل المستخدمة هي الانحدار الخطي.

وبناء على نتائج البحث هي: (1) مستوى الثقة في فئة عالية مع نسبة 69.3٪، (2) مستوى سلوك الاستهلاكية في الفئة المتوسطة مع نسبة 79.3٪، و (4) قيمة $F = 0.488$ مع قيمة $p = 0.486$ هذه النتيجة تعني أن فرضية تفيد بأن علاقتهم مع الثقة سلوك الاستهلاكية مرفوض. لأن نتائج اختبار الارتباط أسفرت عن قيمة كبيرة من 0.147 أو $P > 0.05$ مع معامل ارتباط -0.119 ثم يتم رفض الفرضية، وهذا يعني أنه لا توجد علاقة بين مستوى الثقة في سلوك الاستهلاكية في طلاب من كلية علم النفس في عام الدراسة 2013 جامعة الإسلامية الحكومية مالانج.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan zaman yang semakin cepat ini, mempercepat pula perkembangan informasi di era global ini. Segala sesuatu dapat dengan mudah di akses dalam hitungan detik, tidak terkecuali dengan dunia fashion yang dikemas melalui media online yang begitu menarik, begitu juga dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin berkembang.

Remaja biasanya mempunyai tren tersendiri yang dapat dilihat dalam kepribadian mereka. Pada masa remaja akhir dimana mereka mulai memasuki masa dewasa awal, perubahan-perubahan yang terjadi terhadap sikap dan cara berpikir mulai terlihat. Perwujudan sikap tersebut biasanya terjadi di masyarakat perkotaan yang disebabkan gaya hidup dikota yang semakin kompleks. Menyikapi hal tersebut, para remaja seharusnya mempunyai kepercayaan diri yang tinggi sehingga mampu melakukan sesuatu dengan sendirinya dan mampu mengontrol segala sesuatu pada dirinya sendirinya.

Semua orang sebenarnya punya masalah dengan istilah yang satu ini. Ada orang yang merasa telah kehilangan rasa kepercayaan diri di hampir keseluruhan wilayah hidupnya. Mungkin terkait dengan soal krisis diri, depresi, hilang kendali, merasa tak berdaya menatap sisi cerah masa depan, dan lain-lain. Ada juga orang yang merasa belum pede dengan apa yang dilakukannya atau dengan apa yang ditekuninya. Ada juga orang yang merasa kurang percaya diri ketika menghadapi

situasi atau keadaan tertentu. Berdasarkan praktek hidup, kita bisa mengatakan bahwa yang terakhir itu normal dalam arti dialami oleh semua manusia.

Suhardita (2011) menyatakan bahwa sebagian orang tidak menyadari bahwa rendahnya percaya diri dapat menimbulkan hambatan besar dalam menjalankan kegiatan sehari-hari. Sikap seseorang yang menunjukkan dirinya tidak percaya diri antara lain didalam berbuat sesuatu yang penting dan penuh tantangan selalu dihadapi dengan keragu-raguan, mudah cemas, tidak yakin, cenderung menghindar, tidak punya inisiatif, mudah patah semangat, tidak berani tampil didepan orang banyak, dan gejala kejiwaan lain yang menghambat seseorang untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu pentingnya individu untuk menanamkan rasa percaya diri pada diri sendiri agar tidak mudah terpengaruh oleh hal yang negatif dan dapat dengan yakin untuk memutuskan suatu hal yang mempunyai sisi positif.

Menurut Solomon (2002) mahasiswa mengalami banyak perubahan, yaitu mulai meninggalkan peran sebagai remaja dan memasuki peran sebagai orang dewasa, dan perubahan tersebut membuat mahasiswa mempunyai keunikan identitasnya. Pada usia tersebut, mahasiswa sebagai remaja memilih kegiatan, memilih teman dan memilih pakaian seringkali demi penerimaan sosial. Oleh karena itu pentingnya setiap individu mempunyai rasa kepercayaan diri dan keyakinan yang tertanam pada diri sendiri agar terhindar dari sikap maupun pikiran yang negatif. Percaya diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Orang yang percaya diri yakin atas kemampuan mereka sendiri serta memiliki pengharapan yang realistis, bahkan

ketika harapan mereka tidak terwujud, mereka tetap berpikiran positif dan dapat menerimanya.

Menurut Reynold, Scott, dan Warshaw (Harnum, 2012) juga mengatakan bahwa mahasiswi yang termasuk dalam rentang usia remaja akan membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan menunjang penampilan diri seperti sepatu, pakaian, kosmetik, dan aksesoris serta alat-alat yang mampu membantu kecantikan mereka dan membantu penampilan mereka agar terlihat menarik orang yang berada disekitarnya. Jika seorang individu mempunyai kepercayaan diri yang tinggi maka dapat dengan mudah menyesuaikan keadaan yang sulit dengan tidak membelanjakan dana yang dimiliki dan tidak mudah tergoda oleh barang yang hanya di inginkan sesaat.

Mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi, akan membeli atau menggunakan produk berdasarkan persepsi dari teman atau dari dirinya sendiri. Berdasarkan observasi mahasiswi pada “trend” dimasa sekarang, ingin berpenampilan menarik atau menjaga penampilan seperti membeli tas yang bermerek, membeli kosmetik dan membeli assesoris. Sedangkan untuk mahasiswi yang berperilaku konsumtif rendah, cenderung membeli barang berdasarkan kebutuhannya, bukan untuk menjaga simbol sosial, bukan membeli karena model yang mengiklankan barang tersebut. Jika mendapatkan informasi mengenai potongan harga, maka mahasiswi tersebut tidak tertarik untuk membelinya namun bila barang yang dibutuhkan mendapat potongan harga maka mahasiswi akan membelinya (Sumartono dalam Adiputra & Clara, 2012).

Mahasiswa merupakan bagian dari masa remaja. Remaja yang di dalam bahasa aslinya disebut *adolescence*, berasal dari bahasa latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescencia* yang berarti remaja) yang artinya “tumbuh untuk mencapai kematangan, istilah *adolescence*, seperti yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik (Hurlock, 2004). Menurut William (Yusuf, 2008) mahasiswi yang termasuk dalam masuk bagian remaja akhir yang memiliki tugas perkembangan yaitu memperkuat *self control* (kemampuan mengendalikan diri) atas dasar skala nilai, prinsip-prinsip atau falsafah hidup.

Mahasiswi dikatakan sudah memperkuat *self control* bila mahasiswi tidak “meledakkan” emosinya dihadapan orang lain, melainkan menunggu saat dan tempat yang lebih tepat untuk mengungkapkan emosinya dengan cara-cara yang dapat diterima (Hurlock, 2004). Pada usia tersebut, mereka membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosialnya, masih dalam tahap pencarian jati diri, dan masih dalam keadaan emosi yang labil dengan tidak memaksakan dirinya untuk menyesuaikan dengan lingkungannya yang berlebihan.

Seringnya remaja sekarang berbelanja pakaian di mall, yang tujuannya bukan sebagai suatu kebutuhan primer tetapi lebih didasarkan pada gengsi dan kepuasan saja. Hal tersebut tentu saja sebuah pemborosan karena sebenarnya pergi ke mall dilakukan sebagai usaha rekreasi dan penyegaran pikiran yang tidak perlu sampai sesering itu. Perilaku konsumtif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu tingkat konformitas terhadap kelompok sebaya. Seperti diketahui masa remaja merupakan tahapan peralihan

antara masa anak-anak dengan masa dewasa yang ditandai dengan berbagai perubahan baik dalam aspek fisik, social dan psikologis. Perubahan tersebut sebagai upaya menemukan jati diri atau identitas diri. Upaya untuk menemukan jati diri berkaitan dengan bagaimana remaja menampilkan dirinya. Mereka ingin kehadirannya diakui sebagai bagian dari komunitas remaja secara umum dan secara khusus bagian dari kelompok sebaya mereka. Remaja memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Membeli dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang tidak mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya (Gunita, 2006:1). Seperti halnya perilaku mahasiswa psikologi angkatan 2013 yang mana hasil survey yang peneliti lakukan menunjukkan bahwasanya, para mahasiswa psikologi angkatan 2013 menunjukkan beberapa perilaku konsumtif, diantaranya adalah membeli barang *branded*, kumpul bersama teman-teman hanya untuk menjaga popularitas, sering membeli barang yang tidak memiliki nilai guna tinggi agar sesuai dengan teman-teman sebaya dan merasa puas memiliki barang yang bermerek untuk menyesuaikan dengan teman-temannya. Jika subjek hanya mementingkan popularitas saja, maka akan dengan mudah terpengaruh oleh teman-temannya yang suka berbelanja secara berlebihan, maka pentingnya menanamkan rasa percaya diri pada setiap individu.

Perilaku konsumtif ini dapat terus mengakar di dalam gaya hidup sekelompok remaja. Dalam perkembangannya, mereka akan menjadi orang-orang dewasa dengan gaya hidup konsumtif. Gaya hidup konsumtif ini harus didukung oleh kekuatan finansial yang memadai. Masalah lebih besar terjadi apabila pencapaian tingkat finansial itu dilakukan dengan segala macam cara yang tidak sehat. Mulai dari pola bekerja yang berlebihan sampai menggunakan cara instan seperti korupsi. Pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosial bahkan etika.

Menurut monks (2002: 258), remaja sudah tidak termasuk golongan anak, dan juga tidak termasuk golongan orang dewasa atau orang tua. Remaja berada di antara anak dan orang dewasa. Remaja masih belum mampu untuk menguasai fungsi-fungsi fisik maupun psikisnya. Jika ditinjau dari segi tersebut mereka masih termasuk golongan anak-anak.

Rasa percaya diri yang tinggi akan membuat remaja mampu menjadi dirinya sendiri, yakin pada dirinya dan menerima diri apa adanya. Selain itu, mereka tidak akan mudah terbuju rayuan iklan ataupun mengikuti teman-teman mereka sehingga mengarah pada perilaku konsumtif. Namun sebaliknya, apabila mereka memiliki rasa percaya diri yang rendah, mereka akan dengan mudah terbuju rayuan iklan dan kemudian muncullah perilaku konsumtif.

Percaya diri berawal dari diri sendiri, bagaimana tekad kita untuk melakukan yang kita inginkan dan butuhkan dalam menjalani proses kehidupan. Untuk dapat membentuk kepercayaan diri pada dasarnya berawal dari keyakinan diri kita sendiri, bagaimana kita dapat menghadapi segala tantangan dalam kehidupan

sehingga kita mampu berbuat sesuatu untuk menghadapi segala tantangan yang ada (Anjelis, 2002: 10). Ego seorang anak remaja sebagai individu yang sedang berada dalam masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, biasanya sangat tinggi. Mereka tidak mau di anggap anak-anak, sedangkan untuk bertindak secara dewasa mereka belum mampu. Mereka menjadi orang yang sering serba salah dalam bertindak.

Usia remaja merupakan usia penentuan dimana usia tersebut menjadi sangat penting. Salah satu hal yang mengambil peranan penting bagi remaja adalah pembentukan kepercayaan diri. Kepercayaan diri tidak terbentuk begitu saja, melainkan melalui sebuah proses. Kepercayaan diri yang kuat dapat terbentuk apabila seorang remaja mampu memahami kelemahan dirinya dan dapat bereaksi secara positif sehingga tidak menyebabkan adanya perasaan rendah diri (Thursan Hakim, 2002).

Berdasarkan fakta dan fenomena yang ada, banyak sekali kasus yang terjadi pada mahasiswa dimana mereka masih tergolong remaja akhir. Kasus yang sering terjadi pada mahasiswa biasanya perilaku konsumtif karena pengaruh lingkungan dan teman-teman sekitarnya. Sehingga dapat membuat seseorang kehilangan rasa percaya diri jika tidak menyesuaikan dengan lingkungan tersebut. Seharusnya para mahasiswa yang memiliki rasa percaya diri yang tinggi mereka tidak akan terpengaruh oleh ajakan teman atau iklan yang telah menjamur untuk menjadikan dirinya konsumtif.

Perilaku konsumtif tidak dapat dipisahkan dari peranan keagamaan. Peranan keimanan seseorang menjadi tolak ukur penting karena keimanan memberikan

cara pandang dunia yang cenderung mempengaruhi kepribadian manusia, yaitu dalam bentuk perilaku, selera, sikap-sikap terhadap manusia. Keimanan sangat mempengaruhi sifat kuantitas dan kualitas konsumsi baik dalam bentuk kepuasan material maupun spiritual (Khoir, 2011:2). Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda masyarakat dengan seiring perkembangan zaman yang semakin modern. Dan fenomena ini menarik untuk diteliti karena sudah melanda kehidupan khususnya remaja yang sebenarnya belum paling tinggi karena kelebihan akal yang dimiliki.

Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang berada pada usia remaja akhir, alasan pemilihan remaja akhir ini adalah karena remaja tidak lagi yang mempunyai kepribadian kekanak-kanakan dan mampu membebaskan dirinya dari ketergantungan terhadap orang tua dan orang lain. Remaja juga memperlihatkan tingkah laku secara sosial dapat dipertanggung jawabkan.

Untuk mengungkap hubungan antara keduanya maka akan diteliti dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana dari penelitian ini akan diketahui seberapa tinggikah tingkat kepercayaan diri mahasiswa sehingga dapat berperilaku sesuai dengan kemampuannya yang disertai dengan berpenampilan yang sewajarnya tanpa terpengaruh lingkungan sekitar.

Peneliti memilih kepercayaan diri karena tanpa kepercayaan diri seseorang akan banyak mengalami hambatan dalam menyelesaikan sesuatu, sehingga dapat menghambat pencapaian tujuan yang ia kerjakan. Orang yang kurang percaya diri akan selalu menutup diri karena kurang percaya pada kemampuan diri sendiri

sehingga akan mempengaruhi seseorang dalam menjalankan sesuatu usaha. Pembentukan kepercayaan diri dimulai dari usia remaja. Dengan tingginya kepercayaan diri, diharapkan individu mampu menentukan arah sikap ketika mereka dihadapkan pada pilihan dalam membeli barang sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif yang tentu saja dapat memberikan dampak negatif pada perkembangan mereka nantinya. Karena itu, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan pengetahuan mengenai pentingnya kepercayaan diri dalam peran remaja sebagai konsumen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan melihat fenomena yang ada, maka peneliti mengadakan penelitian tentang "Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang".

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa Psikologi Angkatan 2013 UIN Maliki Malang?
2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Psikologi Angkatan 2013 UIN Maliki Malang?
3. Bagaimana hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa Psikologi Angkatan 2013 UIN Maliki Malang.
2. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada Psikologi Angkatan 2013 mahasiswa UIN Maliki Malang.
3. Mengetahui hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Angkatan 2013 Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan uraian di atas, hasil penelitian ini diharapkan memberi manfaat baik berupa teoritis maupun praktis:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran masukan informasi yang berarti bagi perkembangan ilmu psikologi.

2. Manfaat praktis

Mengetahui apakah ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepercayaan diri

1. Pengertian kepercayaan diri

Pendapat Angelis (2003:10) mengenai percaya diri berawal dari tekad pada diri sendiri, untuk melakukan segalanya yang kita inginkan dan kebutuhan dalam hidup. Percaya diri terbina dari keyakinan diri sendiri, sehingga kita mampu menghadapi tantangan hidup apapun dengan berbuat sesuatu. Kepercayaan diri juga merupakan keyakinan individu untuk melakukan tindakan yang dianggap benar dan berusaha keras untuk mengatasi persoalan-persoalan dalam hidupnya.

Menurut Lidenfield (1997), kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan akan kemampuan dan kepuasan diri baik lahir maupun batin. Kepercayaan diri batin adalah percaya diri yang memberi kepada kita perasaan dan anggapan bahwa kita dalam keadaan baik, sedangkan percaya diri lahir adalah percaya diri yang memungkinkan kita untuk tampil dan berperilaku dengan cara menunjukkan kepada dunia luar bahwa kita mampu akan diri kita. Hal senada dinyatakan oleh Koswara (1991) bahwa percaya diri merupakan modal dasar bagi pengembangan aktualisasi diri, dan dengan percaya diri individu mampu mengenal dan memahami diri sendiri.

Kepercayaan diri atau *Self confidence* diartikan sebagai perilaku yang membuat individu memiliki pandangan positif dan realistis mengenai diri mereka sendiri dan situasi di sekelilingnya. Hurlock (1999) *self confident* adalah suatu keyakinan seseorang untuk mampu berperilaku sesuai dengan harapan dan keinginannya. Banyak definisi mengenai percaya diri atau *self confidence*. Menurut Walgito (2004) percaya diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang sangat berperan dalam kehidupan manusia. Iwan (2010) menjelaskan bahwa kepercayaan diri tidak muncul begitu saja pada diri seseorang, ada proses tertentu di dalam pribadinya sehingga terjadilah pembentukan rasa percaya diri.

Menurut Lauster (2002:4) kepercayaan diri ini merupakan suatu sikap atau keyakinan atas kemampuan diri sendiri sehingga dalam tindakan-tindakannya tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan tanggung jawab atas perbuatannya, sopan dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki dorongan prestasi serta dapat mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri. Lauster menggambarkan bahwa orang yang mempunyai kepercayaan diri memiliki ciri-ciri tidak mementingkan diri sendiri (toleransi), tidak membutuhkan dorongan orang lain, optimis dan gembira.

Menurut Rahmat (2000:109), kepercayaan diri dapat diartikan sebagai suatu kepercayaan terhadap diri sendiri yang dimiliki oleh

setiap orang dalam kehidupannya serta bagaimana orang tersebut memandang dirinya secara utuh dengan mengacu pada konsep diri. Menurut Fatimah (2006) percaya diri adalah sikap yang positif dari seorang individu yang memampukan diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya. Rasa percaya diri yang tinggi sebenarnya hanya menujuk pada adanya aspek dari kehidupan individu tersebut, dimana individu tersebut merasa memiliki kompetensi, yakin, dan percaya individu tersebut dapat melakukannya.

Percaya diri didefinisikan juga sebagai sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif, baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan/ situasi yang dihadapinya. Rasa percaya diri juga disebut sebagai harga diri atau gambaran diri (Santrock, 1999) merupakan dimensi evaluatif yang menyeluruh dari diri. Rasa percaya diri memang tidak terbentuk dengan sendirinya melainkan berkaitan dengan kepribadian seseorang (Loekmono, 1983).

Berdasarkan uraian di atas dapat diambil kesimpulan bahwa kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif terhadap diri sendiri dan terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya. Kepercayaan diri adalah sebuah kondisi dimana individu merasa optimis dalam memandang dan menghadapi sesuatu dalam

hidupnya. Dapat membuat semacam kesimpulan bahwa percaya diri adalah kondisi mental atau psikologis seseorang, dimana individu dapat mengevaluasi keseluruhan dari dirinya sehingga memberi keyakinan kuat pada kemampuan dirinya untuk melakukan tindakan dalam mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya.

Orang yang mempunyai kepercayaan diri bagus, mereka memiliki perasaan positif terhadap dirinya, punya keyakinan yang kuat atas dirinya dan punya pengetahuan akurat terhadap kemampuan yang dimiliki. Orang yang punya kepercayaan diri bagus bukanlah orang yang hanya merasa mampu atau sebetulnya tidak mampu, melainkan adalah orang yang mengetahui bahwa dirinya mampu berdasarkan pengalaman dan perhitungannya.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri

Hurlocks (1999) menjelaskan bahwa perkembangan kepercayaan diri pada masa remaja dipengaruhi oleh :

a. Pola asuh

Pola asuh yang demokratis dimana anak diberikan kebebasan dan tanggung jawab untuk mengemukakan pendapatnya dan melakukan apa yang sudah menjadi tanggung jawabnya.

b. Kematangan usia

Remaja yang matang lebih awal, yang diperlakukan seperti orang yang hampir dewasa, mengembangkan konsep diri yang menyenangkan, sehingga dapat menyesuaikan diri dengan baik.

c. Jenis kelamin

Terkait dengan peran yang akan dibawakan. Laki-laki cenderung merasa lebih percaya diri karena sejak awal masa kanak-kanak sudah disadarkan bahwa peran pria memberi martabat yang lebih terhormat daripada peran wanita, sebaliknya perempuan dianggap lemah dan banyak peraturan yang harus dipatuhi.

d. Penampilan fisik

Sangat mempengaruhi pada rasa percaya diri, daya tarik fisik yang dimiliki sangat mempengaruhi dalam pembuatan penilaian tentang ciri kepribadian seorang remaja.

e. Hubungan keluarga

Remaja yang mempunyai hubungan yang erat dengan seorang anggota keluarga akan mengidentifikasi diri dengan orang ini dan ingin mengembangkan pola kepribadian yang sama. Apabila dalam keluarga diciptakan hubungan yang erat satu sama lain, harmonis, saling menghargai satu sama lain dan memberikan contoh yang baik akan memberikan pandangan yang positif pada remaja dalam membentuk identitas diri.

f. Teman sebaya

Teman sebaya mempengaruhi pola kepribadian remaja dalam dua cara ; pertama, konsep diri remaja merupakan cerminan dari anggapan tentang konsep teman-teman tentang dirinya, dan kedua, ia berada dalam tekanan untuk mengembangkan ciri-ciri kepribadian yang diakui oleh kelompok.

Dari paparan tentang berbagai hal yang mempengaruhi pengembangan kepercayaan diri diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya kepercayaan diri merupakan salah satu ciri sifat kepribadian bukan sifat bawaan atau genetik. Tetapi merupakan sesuatu yang terbentuk dari interaksi dirinya dengan orang lain terutama keluarga sebagai orang terdekat, setelah itu kelompok sebaya dan masyarakat dimana remaja tinggal. Selain itu usia, jenis kelamin, penampilan fisik serta frekuensi meraih prestasi merupakan faktor yang mempengaruhi percaya diri.

3. Aspek - Aspek Kepercayaan Diri

Menurut Peter Lauster (1990) seseorang yang percaya diri adalah mereka yang memiliki beberapa hal di bawah ini :

a. Optimis

Senantiasa memiliki harapan terhadap segala hal. Sehingga orang yang optimis adalah orang yang selalu berpengharapan atau berpandangan baik dalam menghadapi segala hal, sikapnya positif, dan terbuka.

b. Mandiri

Suatu keadaan dapat berdiri sendiri. Orang mandiri berarti ia dapat berdiri sendiri dan tidak bergantung pada orang lain.

c. Memiliki ambisi yang tidak berlebihan

Ambisi adalah dorongan untuk mencapai sukses. Memiliki ambisi yang tidak berlebihan artinya memiliki dorongan dan berusaha ingin mencapainya dengan tetap memiliki pertimbangan - pertimbangan yang bijaksana.

d. Tidak mementingkan diri sendiri

Orang yang tidak selalu berorientasi pada diri sendiri secara terus menerus tetapi mau mempedulikan orang lain.

e. Toleran

Dapat bersikap atau bersifat menenggang (menghargai, membiarkan, membolehkan) pendirian (pendapat, pandangan, kepercayaan, kebiasaan, kelakuan, dan sebagainya) yang berbeda atau bertentangan dengan pendirian sendiri.

- f. Tidak berlebihan dan tidak melakukan kompensasi dari keterbatasannya.

Orang yang tidak berlebihan berarti mampu menampilkan dirinya secara wajar dan apa adanya tanpa rasa malu. Ia juga tidak perlu menutup - nutupi kekurangannya dengan cara - cara yang menarik perhatian orang lain.

- g. Berhati - hati dengan tidak berlebihan

Orang yang dapat berhati - hati secara tidak berlebihan berarti ia mampu menangkap fakta secara objektif, sehingga dapat bersikap dengan pertimbangan tepat tetapi tetap waspada.

Dapat disimpulkan bahwa seseorang yang percaya diri adalah yang bersikap optimis, mandiri, tidak berlebihan dan tidak melakukan kompensasi dari keterbatasannya, toleran, memiliki ambisi yang tidak berlebihan serta berhati-hati dengan tidak berlebihan dalam melakukan suatu hal. Dari 7 aspek kepercayaan diri yang dikemukakan oleh lauster di atas, hanya 4 aspek yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu optimis, mandiri, tidak mementingkan diri sendiri dan berhati-hati dengan tidak berlebihan.

4. Kepercayaan diri dalam perspektif Islam

Perbedaan manusia dengan makhluk lain yaitu manusia hidup bermasyarakat. Perhubungan pikiran, senang dan susah diantara kita dengan sesama manusia teramat eratnya, sehingga kita tidak dapat memisahkan diri dengan orang lain.

Untuk mencapai sebuah kesuksesan dalam hidup sangat perlu adanya kepercayaan terhadap diri sendiri. Untuk mendapatkan kepercayaan diri sendiri, manusia harus melalui proses. Proses awal yang terjadi bahwa manusia itu harus mempercayai adanya Allah SWT, karena Dialah maha segala-galanya yang menguasai seluruh jagad raya. Hanya kepada-Nya manusia diharuskan berserah diri.

Sebagai seorang muslim sepatutnya percaya kepada dirinya sendiri dan unsur yang paling mampu memberikan kepada manusia sikap percaya diri adalah iman. Iman adalah kepercayaan yang dimiliki secara dominan oleh setiap orang, yang dipimpin oleh wahyu yang konsepnya terangkat dari Al-Quran sebagai kumpulan wahyu otentik.

Salah satu ciri orang yang percaya diri adalah mempunyai sifat optimis. optimis adalah suatu sikap yang selalu menghargai (berpandangan) baik dalam menghadapi segala hal. optimis adalah lawan kata dari putus asa. putus asa timbul karena tiada kemauan hati dan raga untuk mencari dan meyakini rahmat Allah SWT. Sikap optimistis merupakan kebutuhan pokok yang sangat diperlukan oleh orang yang menempuh jalan Allah SWT. Optimis timbul dari rasa gembira dengan

kemurahan Allah SWT, dan karunia-Nya serta perasaan lega menanti kemurahan dan anugerah-Nya karena percaya akan kemurahan Tuhannya. Seperti yang dijelaskan dalam surat Ali-Imran ayat 139, yang berbunyi sebagai berikut:

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Artinya : *“Dan janganlah kamu lemah, dan janganlah (pula) kamu bersedih hati. Padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi (derajatnya), jika kamu orang-orang yang beriman”*(Depag RI, 2005:99).

Ada beberapa hal yang perlu kita amalkan agar sikap optimis terwujud dalam hati kita, yaitu:

1. Hendaknya kita selalu mengingat nikmat-nikmat Allah SWT yang telah diberikan kepada kita berkenaan dengan urusan agama, kesehatan dan juga urusan dunia kita.
2. Hendaknya kita senantiasa mengingat janji Allah SWT, berupa pahalaNya yang berlimpah dan kemurahan-Nya yang besar
3. Hendaknya kita senantiasa mengingat luasnya rahmat Allah SWT dan rahmat Allah itu senantiasa mendahulukan murka-Nya. Optimislah dalam hidup, sebab dengan optimis hidup ini akan menjadi indah dan jangan berputus asa dari rahmat Tuhanmu, perilaku tidak berputus asa dijelaskan dalam surat Yusuf ayat 87, yang berbunyi:

يَا بَنِيَّ أَذْهَبُوا فَتَحَسَّسُوا مِنْ يُوسُفَ وَأَخِيهِ وَلَا تَيْأَسُوا مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِنَّهُ

لَا يَيْأَسُ مِنْ رَوْحِ اللَّهِ إِلَّا الْقَوْمُ الْكَافِرُونَ

Artinya : “Hai anak-anakku pergilah kamu, maka carilah berita tentang Yusuf dan saudara-saudaranya dan jangan kamu berputus asa dari rahmat Allah. Sesungguhnya tiada berputus asa dari rahmat Allah, melainkan kaum yang kafir,” (Depag RI, 2005:353).

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa seseorang harus selalu optimistis, optimistis adalah suatu sikap yang selalu berpengharapan (berpandangan) baik dalam menghadapi segala hal. Sikap optimistis merupakan kebutuhan pokok yang sangat diperlukan oleh orang menempuh jalan Allah. Orang yang mempunyai sikap optimistis ialah orang yang mempunyai kelestarian dalam menjalankan ketaatan dan menegakkan semua yang dituntut oleh keimanannya.

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian perilaku konsumtif

Kata “konsumtif” sering diartikan sama dengan “konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2003).

Peter J. Paul dan Jerry C Olson (2006) menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara pengaruh dan kondisi

perilaku dan kejadian di sekitar lingkungan dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam kehidupan mereka. Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2008) Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Mangkunegara (2009 : 4) perilaku konsumen merupakan suatu tindakan-tindakan yang dilakukan oleh individu, kelompok atau organisasi yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam mendapatkan, dan menggunakan barang-barang atau jasa ekonomi yang dapat dipengaruhi oleh lingkungan. Sedangkan menurut Lina (2008:177) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Pengertian ini sejalan dengan pandangan Lina dan Rosyid yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan.

Istilah konsumtif biasanya digunakan pada masalah yang berkaitan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia dewasa ini salah satu gaya hidup konsumen yang cenderung terjadi di dalam masyarakat adalah gaya hidup yang menganggap materi sebagai sesuatu yang dapat mendatangkan kepuasan tersendiri, gaya hidup seperti ini dapat menimbulkan adanya

gejala konsumtifisme, sedangkan konsumtifisme dapat didefinisikan sebagai pola hidup individu atau masyarakat yang mempunyai keinginan untuk membeli atau menggunakan barang dan jasa yang kurang atau tidak dibutuhkan. Fromm (1995) mengatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern untuk mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan atau kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Perilaku konsumtif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu tingkat konformitas kelompok teman sebayanya. Hal ini sesuai yang dinyatakan oleh Hurlock (1997) bahwa pada usia remaja memiliki minat yang besar terhadap pakaian. Pada usia ini, remaja lebih sering berkumpul dengan teman sebayanya daripada keluarga, oleh karena itu minat dan pandangan teman sebaya dalam suatu kelompok tersebut akan dengan mudah diserap oleh remaja.

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan masyarakat untuk melakukan konsumsi tiada batas. Manusia lebih mementingkan faktor emosinya daripada tindakan rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhannya (Ancok, 2004). Perilaku konsumtif juga dapat didefinisikan sebagai perilaku membeli barang atau jasa yang berlebihan, walaupun tidak dibutuhkan (Moningka, 2006). Dahulu orang

berbelanja karena ada kebutuhan yang harus dipenuhi. Saat ini orang berbelanja karena berbagai macam sebab, untuk memanjakan diri sendiri, menyenangkan orang lain, membeli sesuatu dengan alasan hari raya, atau karena potongan harga. Bahkan, hanya sekedar gengsi, memperlihatkan dengan status sosial tertentu dapat berbelanja di tempat “X” dan mampu membeli barang dengan merek ternama. Tanpa disadari, alasan-alasan tersebut membuat seseorang hidup dalam gaya hidup konsumtif.

Disamping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Dijumpai juga gejala sosio psikologis berupa keinginan meniru sehingga remaja berlomba-lomba yang satu ingin lebih baik dari yang lain. Perilaku konsumtif menciptakan kebiasaan pembelian produk untuk konsumsi tetapi ada motivasi lain.

Menurut Sumartono (dalam Fransisca, 2005:176), perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan (*need*) tetapi sudah kepada factor keinginan (*want*).

Diantara kebutuhan dan keinginan terdapat suatu perbedaan. Kebutuhan bersifat naluriah sedangkan keinginan merupakan kebutuhan buatan, yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga atau lingkungan social lainnya. Dahulu sebuah mobil

hanya dibeli konsumen karena kemampuannya memenuhi kebutuhan akan kendaraan angkutan, namun saat ini konsumen tidak lagi membeli mobil semata-mata karena kebutuhan angkutan lagi tetapi juga untuk menunjang statusnya di masyarakat (Fransisca, 2008:31).

Maslow (dalam Ferrinadewi, 2008:23) mengatakan bahwa kebutuhan manusia dalam hierarki yang paling mendesak sampai yang kurang mendesak. Berdasarkan tingkat kepentingannya, kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan social, kebutuhan penghargaan dan kebutuhan aktualisasi diri. Jika seseorang berhasil memuaskan kebutuhannya yang penting, maka ia akan haruslah untuk memuaskan kebutuhan penting berikutnya. Hal ini berarti kepuasan. Istilah yang satu ini. Ada orang yang merasa kehilangan rasa kepercayaan diri di hampir keseluruhan wilayah hidupnya. Mungkin terkait dengan soal krisis diri, depresi, hilang kendali, merasa tidak berdaya menatap sisi cerah tahun depan dan lain-lain. Ada juga orang yang merasa belum pede atau percaya diri dengan apa yang dilakukannya atau dengan apa yang ditekuninya.

Mowen dan Minor (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan membeli produk atau jasa tertentu untuk memperoleh kesenangan atau hanya perasaan emosi. Pengertian perilaku konsumtif tersebut sejalan dengan pendapat Dahlan yakni suatu perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah yang berlebihan, penggunaan

segala hal yang dianggap paling mahal memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata (dalam Sumartono, 2002). Sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

2. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Menurut Dharmmesta dan Handoko (2000) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, Pertama faktor eksternal perilaku konsumtif dipengaruhi oleh kebudayaan, kelas sosial, dan keluarga. Kedua, faktor internal adalah motivasi, pengamatan dan belajar, kepribadian dan konsep diri. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut sebagai berikut :

a. Kebudayaan

Kebudayaan adalah keseluruhan dari kelakuan dan hasil kelakuan manusia yang diatur oleh tata kelakuan, yang harus didupakannya dengan belajar dan semuanya tersusun dalam kehidupan masyarakat mengemukakan kebudayaan sebagai simbol dan fakta yang kompleks, yang diciptakan oleh manusia, diturunkan dari generasi ke generasi sebagai penentu dan pengatur perilaku manusia dalam masyarakat yang ada. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh kebudayaan yang ada, dan pengaruhnya selalu berubah sesuai dengan kemajuan atau perkembangan zaman.

b. Kelas sosial

Pembagian dalam masyarakat yang terdiri atas individu-individu yang berbagai nilai, minat, dan tingkah laku yang serupa. Ukuran atau kriteria yang biasanya dipakai untuk menggolong-golongkan anggota-anggota masyarakat ke dalam kelas-kelas tertentu adalah sebagai berikut : kekayaan, kekuasaan, kehormatan dan ilmu pengetahuan. Menurut Engel (2002) status sosial sering menghasilkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda-beda (misalnya merek dan model mobil yang dikendarai dan pakaian yang disukai).

c. Keluarga

Keluarga merupakan unit pengambilan keputusan utama dengan pola peranan dan fungsi yang berbeda-beda. Sumber yang mempengaruhi pembelian juga berbeda, tergantung jenis barang yang akan dibeli.

Misalnya, anak-anak mempengaruhi pembelian kue, kembang gula dan mainan. Diantara anggota keluarga, ibu rumah tangga yang memegang uang dan mengatur pengeluaran dalam keluarga.

Engel (2002) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ditinjau dari konsumen. Perilaku konsumen dalam membeli barang dipengaruhi beberapa faktor yang pada intinya dibedakan menjadi tiga, yaitu faktor internal meliputi : motivasi, pengamatan dan proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen tersebut sebagai berikut:

a. Motivasi

Perilaku manusia ditimbulkan atau dimulai dengan adanya motif. Motivasi merupakan dasar pembelian seseorang terhadap suatu produk atau pada penjual tertentu. Motivasi merupakan pendorong perilaku orang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia dipasar. Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli, orang-orang yang harga dirinya rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada orang-orang yang harga dirinya tinggi.

b. Pengamatan dan proses belajar

Sebelum seseorang mengambil keputusan untuk membeli produk, ia akan mendasarkan keputusannya pada pengamatan yang dilakukan. Pembelian merupakan rangkaian proses belajar konsumen. Bila ada pengalaman memuaskan maka pembeli cenderung akan memutuskan membeli kembali. Pengamatan adalah suatu proses pada saat konsumen

menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungan. Terjadinya pengamatan ini dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau dan sikap dari individu. Proses pengamatan meliputi seluruh variabel pemasaran perusahaan, konsumen akan mempunyai persepsi produk, harga, periklanan dan penjualan dari kegiatan pemasaran perusahaan. Perbedaan pandangan konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam perilaku pembelian yang berbeda pula. Proses pembelian yang dilakukan oleh konsumen merupakan sebuah proses belajar, hal ini sebagai bagian dari kehidupan konsumen. Konsumen dalam proses pembelannya selalu mempelajari sesuatu, proses belajar pada suatu pembelian terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh suatu kepuasan.

c. Kepribadian dan konsep diri

Kepribadian akan ikut berpengaruh terhadap perilaku pembelian. Konsep diri merupakan pendekatan untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri konsumen dengan image merek, image penjual. Setiap orang memiliki kepribadian salah satunya adalah rasa percaya diri dan konsep diri yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan yang berbeda terhadap suatu barang. Kepribadian dan konsep diri sangat berpengaruh pada perilaku pengambilan keputusan untuk membeli produk, minuman, mobil, warna pakaian dan kegiatan yang sifatnya rekreasional.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh banyak faktor yang secara garis besar dibedakan atas

faktor internal dan faktor eksternal. Faktor eksternal meliputi: kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan faktor internal meliputi : motivasi, pengamatan dan proses belajar, dan kepribadian dan konsep diri.

3. Aspek-aspek perilaku konsumtif

Dalam perilaku konsumtif, ada 4 aspek pokok yang terkandung dalam Tambunan (2001:1), yaitu :

1. Impulsif

Pembelian impulsif ialah perilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa pertimbangan dan biasanya bersifat emosional.

2. Pemborosan

Pemborosan dapat didefinisikan sebagai perilaku menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

3. Mencari kesenangan (*Pleasure seeking*)

Perilaku ini berkaitan dengan sifat remaja yang narsistik, ingin mencari kesenangan dengan melakukan pembelian dan keinginan eksis dalam kelompoknya.

4. Mencari kepuasan (*Satisfaction seeking*)

Perilaku konsumtif salah satunya didasari oleh adanya keinginan untuk selalu lebih dari yang lain, selalu ada ketidak puasan dan usaha untuk mendapat pengakuan dari yang lain dan biasanya diikuti rasa bersaing yang tinggi.

Berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan dalam Tambunan (2001:1) adalah perilaku konsumtif cenderung bersifat narsistik, mencari kesenangan dan menghamburkan banyak dana karena didasari oleh keinginan sesaat. Sehingga peneliti menggunakan aspek-aspek tersebut untuk dipakai menjadi indikator dalam penelitian ini.

4. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Islam adalah agama yang ajarannya mengatur segenap perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Demikian pula dalam masalah konsumsi, Islam mengatur bagaimana manusia dapat melakukan kegiatan-kegiatan konsumsi yang membawa manusia berguna bagi kemaslahatan hidupnya. Perilaku konsumsi yang sesuai dengan Al-Quran dan Assunnah yang seperti makan dan minum yang cukup, melakukan pekerjaan yang bermanfaat (menuntut ilmu, sholat, berdoa) membantu orang lain dalam kebaikan, bersedekah, merayakan Hari Raya dengan tidak berlebihan, dan lain sebagainya).

Konsumsi pada hakekatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang diharamkan. Konsumen muslim tidak akan melakukan permintaan terhadap barang sama banyak dengan pendapatan, sehingga pendapatan habis. Karena mereka

mempunyai kebutuhan jangka pendek (di dunia) dan kebutuhan jangka panjang (di akhirat) (Diana, 2008:55).

Pada dasarnya setiap manusia mempunyai kecenderungan berperilaku konsumtif, akan tetapi tidak semua bisa menyalurkannya. Dalam surat Al Isra' dianjurkan untuk membelanjakan harta yang kita miliki sesuai dengan syara', tidak berlebih-lebihan dan juga tidak kikir. Inilah yang disebut kesederhanaan dalam Islam.

Dalam surat al-Isra' ayat 26 menerangkan :

وَأْتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا
إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا

Artinya :”Dan berikanlah hak untuk hidup berbahagia kepada kaum keluarga, kaum sengsara dan wisatawan agama. Namun jangan engkau hambur-hamburkan secara boros”.(Depag RI, 2005:283).

Ayat diatas melarang kita untuk berbuat berlebih-lebihan dalam hal makan, berhias (berpakaian), serta dalam hal berbelanja. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak didasarkan pada kebutuhan pokok, membeli hanya karena keinginan semata sehingga menimbulkan sesuatu yang berlebih dan menghambur-hamburkan uang. Perilaku konsumtif bisa mengakibatkan seseorang menjadi sombong serta mengakibatkan seseorang bias berbuat apa saja, termasuk berbohong. Oleh karena itulah, kita dilarang untuk berperilaku konsumtif secara berlebihan. Karena sesungguhnya Allah tidak menyukai sesuatu yang berlebih-lebihan.

C. Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif

Percaya diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang sangat penting dalam kehidupan manusia. Orang yang percaya diri yakin atas kemampuan mereka sendiri serta memiliki pengharapan yang realistis, bahkan ketika harapan mereka tidak terwujud, mereka tetap berpikiran positif dan dapat menerimanya. Lauster (1999) mengatakan bahwa kebutuhan yang paling penting adalah kebutuhan akan rasa percaya diri.

Pada masa remaja akan muncul keprihatinan perubahan fisiknya. Dia mengatakan bahwa hanya sedikit remaja yang mengalami karteksis atau merasa puas dengan bentuk tubuhnya. Ketidakpuasan hanya dialami beberapa bagian tubuh tertentu dan hal ini kebanyakan dialami oleh remaja yang memiliki kurang rasa percaya diri. Kegagalan mengalami karteksis tubuh menjadi salah satu penyebab timbulnya konsep diri yang kurang baik dan kurang harga diri dan percaya diri selama masa remaja.

Kepercayaan diri akan menyebabkan individu menjadi optimis dalam hidup, setiap persoalan yang datang akan dihadapi dengan tenang dan mempunyai keyakinan untuk berhasil. Sedangkan terbentuknya kepercayaan diri seseorang tidak lepas dari perkembangan manusia pada umumnya, khususnya perkembangan kepribadiannya. Kepercayaan diri adalah kemampuan berpikir secara *original*, aktif, optimis dalam mendekati pemecahan masalah dan lepas dari situasi lingkungan yang mendukungnya. Kepercayaan diri yang dimiliki individu pada dasarnya memiliki kapasitas yang berbeda-beda antara yang satu dengan yang

lainnya. Kepercayaan diri merupakan keyakinan dalam hati bahwa segala tantangan hidup apapun harus dihadapi dengan berbuat sesuatu.

Sesuai dengan yang telah dilakukan sejumlah peneliti (dalam Santrock, 2003: 336-338) yang telah menemukan bahwa penampilan fisik merupakan suatu kontribusi yang sangat berpengaruh pada rasa percaya diri.

Penampilan fisik secara konsisten berkorelasi paling kuat dengan rasa percaya diri secara umum, yang kemudian diikuti oleh penerimaan sosial teman sebaya. Pemahaman tentang hakikat percaya diri akan lebih jelas jika seseorang melihat secara langsung berbagai peristiwa yang dialami oleh diri sendiri atau orang lain. Berdasarkan berbagai peristiwa atau pengalaman tadi, bisa dilihat gejala-gejala tingkah laku seseorang yang menggambarkan adanya rasa percaya diri atau tidak.

Kemungkinan penyebab dari perilaku konsumtif yang dilakukan remaja adalah kurangnya pengendalian diri. Seperti yang dikemukakan Tambunan (2001:1) bahwa ada perilaku pembelian impulsif pada remaja dalam melakukan pembelian, mereka akan cenderung mengikuti keinginan sesaat dan emosi semata jika remaja kurang memiliki pengendalian diri yang baik. seseorang melakukan pembelian impulsif karena tidak dapat mengendalikan atau mengatasi dorongan untuk membeli sesuatu. Rendahnya pengendalian diri tersebut yang membuat seorang remaja menjadi konsumtif.

(Hakim, 2002:2) Kepercayaan diri merupakan aspek kepribadian manusia yang berfungsi penting untuk mengaktualisasikan potensi yang dimilikinya. orang yang mempunyai kepercayaan diri ciri-ciri individu merasa yakin terhadap tindakan yang dilakukan, individu merasa diterima oleh kelompoknya, dan individu percaya sekali terhadap dirinya serta memiliki ketenangan sikap. Individu yang memiliki rasa percaya diri dalam lingkungan sosial selalu bersifat terbuka, terus-terang, berani mengambil tantangan dan berani menjelaskan ide-ide ataupun pilihan-pilihannya.

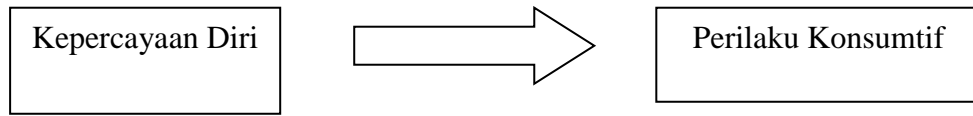
Belanja atau biasa yang disebut *shopping* tampaknya sudah berkembang menjadi gaya hidup di masyarakat. Bahkan yang senang berbelanja mayoritas dari kalangan remaja. Berbelanja punya arti tersendiri bagi mereka. Tetapi belakangan ini menimbulkan perilaku konsumtif. Konsumtif maksudnya mengonsumsi barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan, tapi diupayakan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Jika diperhatikan, saat ini sudah banyak remaja yang membeli barang hanya karena ikut-ikutan. Soal fungsinya yang penting punya dan bisa gaya. Remaja saat ini melakukan perilaku konsumtif untuk bergaya-gaya dengan teman-teman sekelompoknya. Jadi bisa dikatakan bahwa remaja saat ini kurang percaya diri terhadap dirinya sendiri dan untuk menutupi kurangnya kepercayaan diri tersebut remaja belanja barang yang

sebetulnya tidak begitu penting dan hanya berfungsi untuk menjadi lebih bergaya.

Saat ini para remaja ingin menutupi kurangnya kepercayaan dirinya dengan membeli barang-barang bermerek, namun tidak semua orang memiliki kemampuan finansial yang mencukupi sehingga para remaja dengan kemampuan finansial yang rendah akan melakukan segala hal agar bisa meningkatkan kepercayaan dirinya seperti membeli barang yang hampir sama tetapi dengan harga yang murah dan tentu saja dengan kualitas dibawah barang yang asli.

Terdapat beberapa yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempersuasi masyarakat untuk melakukan suatu tindakan memakai produk yang ditawarkan melalui berbagai iklan ataupun media yang menggambarkan seseorang yang tidak percaya diri hingga akhirnya menjadi luar biasa percaya diri setelah menggunakan suatu produk atau barang terutama iklan-iklan kosmetik, perawatan tubuh dan berbagai model baju masa kini. Biasanya orang yang mengalami kenaikan status sosial akan cenderung sangat konsumtif untuk menyesuaikan dengan statusnya yang baru atau untuk tampil lebih percaya diri dalam berinteraksi dengan level barunya. Ada juga orang yang menggunakan barang-barang bermerek untuk menutupi ketidakpercayaan diri akan fisiknya. Orang yang seperti itu maka akan cenderung berperilaku konsumtif karena kurang kepercayaan dalam dirinya.



Gambar 1. Peran Antar Variabel

D. Hipotesis

Terdapat hubungan antara tingkat kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Malang, dimana semakin tinggi tingkat kepercayaan diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif dan begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat kepercayaan diri, maka semakin tinggi untuk berperilaku konsumtif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Variabel adalah simbol yang nilainya dapat bervariasi, yaitu angkanya dapat berbeda-beda dari satu subjek ke subjek yang lain atau dari satu objek ke objek yang lain. Variasi angka termaksud tidak hanya dalam arti variasi kuantitatif akan tetapi juga dapat mengandung arti variasi kualitatif (Azwar, 2012).

Rancangan penelitian merupakan strategi yang mengatur latar penelitian agar peneliti memperoleh data yang tetap sesuai dengan karakteristik dan tujuan penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang di olah dengan metode statistika (Saifuddin Azwar, 2007:5). Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap angka tersebut, serta penampilan dari hasilnya.

Variabel dalam sebuah penelitian perlu diklasifikasikan untuk menentukan alat pengumpulan data yang digunakan dan metode analisis yang sesuai. Pada penelitian ini variabel saling mempengaruhi satu sama lain karena terdapat hubungan maupun peran sebab akibat antara variabel

yang ada dan menjadikan variabel yang satu berpengaruh terhadap variabel yang lain (Kartono,1996).

Terdapat dua macam variabel dalam penelitian (Kartono, 1996) yaitu :

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah variabel yang dikontrol oleh peneliti dan dikenakan pada subjek untuk menentukan efeknya terhadap reaksi subjek.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang perubahannya merupakan akibat dari perubahan-perubahan lain atau merupakan anteseden (yang mendahului) didalam satu variabel lainnya.

Pada penelitian ini terdiri dari dua variabel, yaitu satu variabel bebas (X=Kepercayaan Diri) dan satu variabel terikat (Y=Perilaku Konsumtif).

Memahami variabel dan kemampuan menganalisis atau mengidentifikasi setiap variabel menjadi sub-sub variabel beserta indikator-indikatornya merupakan syarat mutlak bagi setiap peneliti (Arikunto, 2002).

B. Definisi Operasional

Definisi operasional sangat penting keberadaannya dalam sebuah penelitian dengan tujuan adanya suatu kesamaan pandangan dan persepsi antara peneliti dan pembaca mengenai obyek atau variabel penelitian.

Definisi operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dan diukur dari apa yang sedang

didefinisikan atau mengubah konsep-konsep yang berupa konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan yang dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain (Azwar, 2007).

Kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif terhadap diri sendiri dan terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya. Kepercayaan diri adalah sebuah kondisi dimana individu merasa optimis dalam memandang dan menghadapi sesuatu dalam hidupnya. Dapat membuat semacam kesimpulan bahwa percaya diri adalah kondisi mental atau psikologis seseorang, dimana individu dapat mengevaluasi keseluruhan dari dirinya sehingga memberi keyakinan kuat pada kemampuan dirinya untuk melakukan tindakan dalam mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya.

Kepercayaan diri diukur dengan skala kepercayaan diri yang mengacu pada skala Peter Lauster (1997), dimana aspek-aspeknya adalah :

- a. Optimis
- b. Mandiri
- c. Tidak mementingkan diri sendiri
- d. Berhati-hati dengan tidak berlebihan

Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Perilaku konsumtif diukur dengan skala yang mengacu pada skala Tambunan (2001:1), dimana aspek-aspeknya adalah :

5. Impulsif
6. Pemborosan
7. Mencari kesenangan (*Pleasure seeking*)
8. Mencari kepuasan (*Satisfaction seeking*)

Perilaku konsumtif akan diukur dengan menggunakan skala perilaku konsumtif. Tinggi rendahnya perilaku konsumtif subjek dapat dilihat dari skor total yang diperolehnya. Semakin tinggi skor total, maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya. Begitu sebaliknya, semakin rendah skor totalnya maka semakin rendah pula perilaku konsumtif subjek.

Definisi operasional penelitian merupakan batasan dari variabel-variabel yang secara konkrit berhubungan dengan realitas dan merupakan manifestasi dari hal-hal yang akan diamati dalam penelitian (Hadi, 1987:26).

C. Populasi dan sampel penelitian

Menurut Widayat dan Amirullah (2002:58) yang dimaksud populasi adalah keseluruhan dari kumpulan elemen yang memiliki sejumlah karakteristik umum, yang terdiri dari bidang-bidang yang akan diteliti.

Arikunto (2002) menjelaskan bahwa apabila subjek kurang dari 100, lebih baik diambil semua tetapi jika subjeknya besar atau lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15 % atau 20-25 % atau lebih. Penelitian ini memiliki populasi berjumlah 230 mahasiswa angkatan 2013 jurusan psikologi UIN malang yang berusia 20-22 tahun. Karena jumlah populasi lebih dari 100, maka penelitian ini menggunakan 65% dari seluruh populasi sebagai sampel, yaitu 150 mahasiswa.

Teknik pengambilan sampel disebut sampling. Teknik sampling yang digunakan oleh peneliti adalah Sampling aksidental Sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2001: 60). Menurut Margono (2004: 27) menyatakan bahwa dalam teknik ini pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui.

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah masalah yang sangat penting untuk diperhatikan oleh seorang peneliti, sebab baik dan buruknya suatu penelitian sangat tergantung pada teknik-teknik pengumpulan data yang dipergunakan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala berisi pernyataan yang berkaitan dengan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Pernyataan-pernyataan tersebut dibuat peneliti berdasarkan pada aspek-aspek dari kedua variabel tersebut. Metode skala sendiri adalah suatu metode penelitian dengan menggunakan daftar pertanyaan atau pernyataan yang tidak langsung menggunakan atribut yang hendak diukur melainkan mengungkapkan atribut yang bersangkutan (Azwar, 1999).

Persyaratan utama penelitian harus memiliki nilai ketepatan, keakuratan dan kekuatan dalam mempertanggungjawabkan hasil penelitian secara ilmiah. Data yang dituliskan secara tepat, yaitu yang relevan dengan tujuan penelitian serta memiliki validitas dan reliabilitas setinggi mungkin (Azwar,2007).

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologis. Bentuk skala yang digunakan adalah skala pengukuran Likert untuk ketiga variabel dalam penelitian ini,dengan pernyataan-pernyataan bersifat *favourabel*. Pernyataan *favourabel* merupakan pernyataan yang mendukung atau memihak pada objek (Azwar,2006). Dan memiliki

kategori penilaian yang sama pula yaitu yang terdiri dari sangat setuju (SS), setuju (S), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS).

Favorabel	Nilai
Sangat setuju (SS)	4
Setuju (S)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat tidak setuju (STS)	1

Gambar 2. Skor Skala Likert

Peneliti menggunakan 4 alternatif pilihan jawaban, agar subjek lebih bebas memilih dan bertanggungjawab dalam menjawab pernyataan yang benar-benar sesuai dengan kondisi dirinya (Sutrisno, 2000).

Alasan peneliti meniadakan alternatif jawaban ragu-ragu atau netral di tengah dengan alasan sebagai berikut :

1. Alternatif jawaban tengah mempunyai arti ganda, bisa diartikan belum dapat memberikan jawaban, bisa juga diartikan netral.
2. Tersedianya jawaban ditengah menimbulkan kecenderungan menjawab ditengan (*central tendency effect*), terutama bagi mereka yang ragu-ragu antara setuju dan tidak setuju.
3. Penggunaan empat alternatif jawaban dimaksudkan untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah setuju atau tidak setuju. Jika disediakan kategori jawaban ditengah maka akan mengurangi banyaknya informasi yang akan didapat dari responden (Sutrisno. 2000).

Aspek dari skala Kepercayaan Diri menurut Peter Lauster (1990), sedangkan untuk Perilaku Konsumtif berdasarkan Tambunan (2001:1), Adapun *blue print* kedua variabel dijelaskan dibawah ini :

Tabel 1. *Blue print* dan sebaran aitem skala Kepercayaan Diri

No	Aspek	Indakator perilaku	Item	Jumlah
			F	
1.	Optimis	orang yang mempunyai harapan atau pandangan baik dalam menghadapi segala hal	1,2,7,8,15	5
2.	Mandiri	dapat berdiri sendiri dan tidak bergantung pada orang lain	3,9,10,16	4
3.	Tidak mementingkan diri sendiri	orang yang tidak selalu berorientasi pada diri sendiri, mau mempedulikan orang lain	4,11,12,17	4
4	Berhati-hati dengan tidak berlebihan	Memiliki pertimbangan - pertimbangan yang bijaksana	5,6,13,14,18,19	6
TOTAL				19

Skala kepercayaan diri merupakan instrument pengukur untuk menentukan seberapa tinggi tingkat kepercayaan diri yang dimiliki oleh subyek. Kepercayaan diri diukur berdasarkan jumlah skor yang yang diperoleh subyek atas respon yang

diberikan pada pernyataan-pernyataan dalam skala kepercayaan diri. Semakin tinggi jumlah skor yang diperoleh, menunjukkan bahwa subyek memiliki kepercayaan diri yang tinggi.

Tabel 2. *Blue print* dan sebaran aitem skala Perilaku konsumtif

No	Aspek	Indakator perilaku	Item	Jumlah
			F	
1	Impulsif	Melakukan pembelian tiba-tiba	1,2,9,10	4
2	Pemborosan	Melakukan pembelian berlebihan	3,4,11,12,17	5
3	<i>Pleasure seeking</i>	Mencari kesenangan	5,6,13,14	4
4	<i>Satisfaction seeking</i>	Rasa ketidakpuasan	7,8,15,16	4
TOTAL				17

Skala dalam penelitian ini merupakan data primer atau data tangan pertama, yang merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian dengan mengenakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subjek sebagai sumber informasi yang dicari. Selain itu, juga menggunakan sumber sekunder berdasarkan dokumen-dokumen yang

didapatkan dari lokasi penelitian (Azwar,2006). Sedangkan, Validitas mempunyai arti sejauh mana dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukuran dapat mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah (Azwar, 2007)

Penelitian ini menggunakan validitas isi dan konstruk. Validitas isi merujuk pada sejauh mana rumusan sesuai dengan isi yang dikehendaki sesuai dengan tujuan tertentu. Meskipun rumusan instrument dapat dinyatakan dalam bentuk angka hasil uji. Validitas isi dilakukan dengan pertimbangan peneliti, artinya mengandung unsur subjektif namun bertujuan untuk menitik beratkan pada isi yang dikehendaki (Danim,2004). Sedangkan, validitas konstruk dimaksudkan untuk melihat kaitan antara dua variabel atau gejala yang tidak dapat diukur secara langsung secara numerik (Danim,2004).

Untuk mengetahui validitas isi dari aitem, maka peneliti mencocokkan dengan bantuan orang-orang yang memiliki kompetensi, seperti dosen pengajar mata kuliah metodologi penelitian. Sedangkan untuk mengetahui konstruk aitem, maka penelitian ini menggunakan rumus korelasi product-moment dari Pearson yang dibantu dengan program *SPSS 17.00 for windows*.

Adapun rumus korelasi *product-moment* tersebut adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) \sum Y}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{xy} = Korelasi Product-moment

N = Jumlah Responden

$\sum y$ = Nilai Total pada Skala

$\sum x$ = Nilai Aitem

Apabila hasil korelasi aitem dengan total aitem satu di dapat probabilitas $r_{xy} < 0,03$, maka dikatakan signifikan dan butir-butir tersebut dianggap sah atau valid untuk taraf signifikan sebesar 5 %. Sebaliknya jika didapat probabilitas sebesar $> 0,03$ maka disebut tidak signifikan dan butir-butir dalam skala tersebut dinyatakan tidak sah atau tidak valid (Azwar,2007). Dalam hal ini peneliti menggunakan alat bantu *SPSS for Windows 17.00*.

Istilah reliabilitas dalam pengukuran dapat dimaknai sebagai konsistensi atau reproduksibilitas skor tes, yakni sejauh mana stabilitas simpangan skor para peserta tes pada situasi-situasi tes yang sama atau

pararel. Makna tersebut diterjemahkan oleh para ahli psikometri yang pada intinya mengerucut pada “kepercayaan hasil ukur”. Sampai berapa besar derajat kepercayaan hasil ukur sebuah tes inilah yang diwakili oleh istilah reliabilitas (Ridho, 2006).

Uji reliabilitas menggunakan metode konsistensi internal, yaitu hanya memerlukan satu kali penyajian tes, sehingga masalah yang timbul akibat penyajian yang berulang dapat dihindari. Pengujian reliabilitas instrumen menggunakan teknik alpha *Cronbach* melalui *scale reliability* dan perlakuan terhadap butir gugur menggunakan *SPSS for Windows* versi 17. Penggunaan rumus ini dikarenakan skor yang dihasilkan dari instrument penelitian merupakan rentangan antara beberapa nilai atau yang terbentuk dalam skala 1-4, 1-5, dan seterusnya, bukan dengan hasil 1 dan 0 (Azwar, 2007). Rumus Alpha tersebut adalah :

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas

k = Banyaknya aitem atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian aitem

σ_1^2 = Varian Total

Dalam aplikasinya, reliabilitas dinyatakan oleh koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang dari 0 sampai dengan 1, maka semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati 1 berarti semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya koefisien yang semakin rendah mendekati 0 berarti semakin rendahnya reliabilitasnya (Azwar, 2007).

E. Analisis Data

Menurut Arikunto (2005) analisis regresi digunakan untuk beberapa tujuan yang utama, yaitu : mencari korelasi antara kriterium dengan predictor, menguji apakah korelasi itu signifikan atau tidak signifikan, menyusun persamaan garis regresi, mencari korelasi antara sesama predictor dan antara tiap predictor dengan kriterium, dengan menguji taraf signifikannya, mencari bobot sumbangan efektif tiap predictor, dan mencari korelasi parsial, jika diperlukan.

Sebelum melakukan pengujian terhadap model *Product Moment Pearson* yang ditemukan oleh Karl Pearson. Maka perlu dilakukan pengujian asumsi terhadap model *Product Moment Pearson* atau dapat dianalisis dan memberikan hasil yang representatif tau memperoleh model analisis yang tidak bias, maka model tersebut harus memenuhi asumsi dasar klasik dengan 2 penggunaan yaitu:

1) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah menggunakan uji kolmogorov - Smirnov. Jika nilai signifikansi dari hasil uji $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi (Sulaiman, 2004).

2) Uji linieritas

Dipergunakan untuk melihat model yang dibangun mempunyai peran linier atau tidak. Uji linieritas dipergunakan untuk mengkonfirmasi apakah sifat linier antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linieritas dapat menggunakan uji Durbin Watson (Sulaiman, 2004).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri (UIN) Maliki Malang berdiri berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 50 tanggal 21 Juni 2004 bermula dari gagasan para tokoh Jawa Timur untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi Islam di bawah Departemen Agama, dibentuklah panitia pendiri IAIN Cabang Surabaya melalui Surat Keputusan Menteri No. 17 tahun 1961 yang bertugas untuk mendirikan Fakultas Syariah yang berkedudukan di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah yang berkedudukan di Malang. Keduanya merupakan fakultas cabang IAIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan diresmikan secara bersamaan oleh Menteri Agama pada 28 Oktober 1961. Pada 1 Oktober 1964 didirikan juga Fakultas Ushuluddin yang berkedudukan di Kediri melalui Surat Keputusan Menteri Agama No. 66/1964.

Dalam perkembangannya, ketiga fakultas cabang tersebut digabung dan secara structural berada di bawah naungan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sunan Ampel yang didirikan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Agama No. 20 tahun 1965. Sejak saat itu, Fakultas Tarbiyah Malang merupakan fakultas cabang IAIN Sunan Ampel. Melalui keputusan Presiden No. 11 Tahun 1997, Fakultas Tarbiyah Malang IAIN

Sunan Ampel beralih status menjadi Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Malang bersamaan dengan perubahan status kelembagaan semua fakultas cabang di lingkungan IAIN se Indonesia yang berjumlah 33 buah. Dengan demikian, sejak saat itu pula STAIN Malang merupakan lembaga pendidikan tinggi Islam otonom yang lepas dari IAIN Sunan Ampel.

Di dalam rencana strategis pengembangan sebagaimana tertuang dalam rencana strategis pengembangan STAIN Malang sepuluh tahun ke depan (1998/1999-2008/2009), pada paruh kedua waktu periode pengembangannya STAIN Malang mencanangkan mengubah status kelembagaannya menjadi universitas. Melalui upaya yang sungguh-sungguh dan bertanggungjawab usulan menjadi universitas disetujui Presiden melalui Surat Keputusan Presiden RI No. 50, tanggal 21 Juni 2004 dan diresmikan oleh Menko Kesra ad. Interin Prof. H.A. Malik Fadjar, M.Sc bersama Menteri Agama Prof. Dr. H. Said Agil Husin Munawar, MA dan nama Presiden pada 8 Oktober 2004 dengan nama Universitas Islam Negeri (UIN) Malang dengan tugas utamanya adalah menyelenggarakan program pendidikan tinggi bidang ilmu agama Islam dan bidang ilmu umum. Dengan demikian, 21 Juni 2004 merupakan hari jadi Universitas ini.

Sempat bernama Universitas Islam Indonesia Sudah (UIIS) sebagai implementasi kerjasama antara pemerintah Indonesia dan Sudan yang diresmikan oleh Wakil Presiden RI. H. Hamzah Haz pada 21 Juli 2002 yang juga dihadiri oleh Wakil Presiden Republik Sudan dan serta para

pejabat tinggi pemerintah Sudan, secara spesifik akademik, universitas ini mengembangkan ilmu pengetahuan tidak saja bersumber dari metode-metode ilmiah melalui penalaran logis seperti observasi dan eksperimentasi tetapi juga bersumber dari Al-Quran dan Hadits selanjutnya disebut paradigma integrasi. Oleh karena itu, pada Al Quran, Hadits menjadi sangat sentral dalam kerangka integrasi keilmuan tersebut.

Secara kelembagaan, sampai saat ini Universitas ini memiliki 6 jurusan pendidikan agama Islam (PAI), Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS), dan Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), (2), Fakultas Syariah, Jurusan Al-Ahwal al syakhshiyah, dan Hukum Bisnis Syariah (3) Fakultas Humaniora dan Budaya, Jurusan Bahasa dan Sastra Arab (4), Fakultas Ekonomi, Jurusan Manajemen (5) Fakultas Psikologi, dan (6) Fakultas Sains dan Teknologi, Jurusan Matematika, Biologi dan Fisika, Kimia, Teknik Informatika, dan Teknik Arsitektur dan Program Pascasarjana mengembangkan 4 (empat) program studi magister, yaitu (1) Program Magister Manajemen Pendidikan Islam, (2) Program Magister Pendidikan Bahasa Arab, (3) Program Magister Studi Ilmu Agama Islam, (4) Program Magister Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI). Sedangkan untuk program doktor, Program Pascasarjana mengembangkan 2 (dua) program yaitu (1) Program Doktor Manajemen Pendidikan Islam dan (2) Program Doktor Pendidikan Bahasa Arab terletak di Jalan Gajayana 50, Dinoyo Malang dengan lahan seluas 14 hektar.

Universitas ini memodernisasi diri secara fisik sejak September 2005 dengan membangun gedung rektorat, fakultas, kantor administrasi perkuliahan, perpustakaan, laboratorium, kemahasiswaan, pelatihan, olahraga, business centre, poliklinik dan tentu masjid dan ma'had yang sudah lebih dulu ada, dengan pendanaan ini Islamic Development Bank (IDB) melalui Surat Persetujuan IDB No. 41/IND/1287 tanggal 17 Agustus 2004.

Dengan performansi fisik yang megah dan modern dan tekad semangat serta komitmen yang kuat dari seluruh anggota aktivitas akademika seraya memohon ridha dan petunjuk Allah SWT. Universitas ini bercita-cita menjadi *center of excellent of Islamic civilization* sekaligus mengimplementasikan ajaran Islam sebagai rahmat bagi semesta alam (*al Islam Rahmat Lil Alamin*).

Visi Universitas

Visi universitas adalah menjadi universitas Islam terkemuka dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat untuk menghasilkan lulusan yang memiliki kedalaman spiritual, keluhuran akhlak, keluasan ilmu, dan kematangan professional dan menjadi pusat pengembangan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni yang bermanfaat Islam serta menjadi penggerak kemajuan masyarakat.

Misi Universitas

- a. Mengantarkan mahasiswa memiliki kedalaman spiritual, keluhuran akhlak, keluasan ilmu, dan kematangan professional.
- b. Memberikan pelayanan dan penghargaan kepada penggali ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni yang bernafaskan Islam
- c. Mengembangkan ilmu pengetahuan, teknologi dan seni melalui pengkajian dan penelitian ilmiah.
- d. Menjunjung tinggi, mengamalkan dan memberikan keteladanan dalam kehidupan atas dasar nilai-nilai Islam dan budaya luhur bangsa Indonesia.

Tujuan Pendidikan

- a. Menyiapkan mahasiswa agar menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan atau professional yang dapat menerapkan mengembangkan, dan/atau menciptakan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni dan budaya yang bernafaskan Islam.
- b. Menghubungkan dan menyebarluaskan ilmu pengetahuan dan teknologi serta seni dan budaya yang bernafaskan Islam dan mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang dilaksanakan mulai tanggal 7 hingga 10 Maret 2016 dengan menyebarkan 150 kuesioner tentang kepercayaan diri dan perilaku konsumtif.

3. Jumlah Subjek Penelitian

Total populasi mahasiswa angkatan 2013 jurusan psikologi UIN Malang yang berusia 20-22 tahun berjumlah 230 mahasiswa, maka sampel yang di ambil 65% dari populasi yaitu berjumlah 150 mahasiswa.

4. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data

Proses pengambilan data, dilakukan selama 3 hari dengan cara menyebarkan skala kepercayaan diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Malang. Pengambilan subjek dilakukan secara acak. Pada pengambilan data hari pertama dan kedua, peneliti menyebarkan kuesioner sebanyak 97 kepada mahasiswa UIN dengan memberikan penjelasan intruksi (cara pengerjaan) skala tersebut. Pada hari ketiga peneliti melanjutkan pengambilan data yang belum terselesaikan dengan menyebarkan kuesioner sebanyak 53 kepada mahasiswa dikampus yang sama hingga selesai.

5. Hambatan-hambatan Saat Penelitian

Hambatan kecil yang dirasakan peneliti saat melakukan penelitian yaitu saat mencari subjek penelitian untuk mengisi kuesioner yang akan dibagikan oleh peneliti. Hal ini dikarenakan waktu pelaksanaan penyebaran

kuesioner penelitian dilakukan saat jam aktif kuliah sehingga beberapa mahasiswa sibuk terhadap kesibukan masing-masing mengenai kegiatan perkuliahan. Tetapi hambatan yang dihadapi tersebut dapat teratasi oleh peneliti.

B. Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dilakukan pengelompokan yang mengacu pada kriteria pengkategorisasian yang didasarkan pada asumsi bahwa skor subjek penelitian terdistribusi secara normal (Azwar,2006). Kriterianya terbagi atas tiga kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah.

Oleh karena itu perlu diketahui mean (M) dan standar deviasi (SD) masing-masing variabel. Variabel kepercayaan diri memiliki M = 40 dan SD = 8, sedangkan variabel perilaku konsumtif dengan M = 28 dan SD = 6.

Pada tabel akan dideskripsikan kategorisasi subjek penelitian pada kedua variabel yaitu kepercayaan diri dan perilaku konsumtif.

Tabel 3. Kategorisasi Skor Subjek

Variabel	Kriteria Jenjang	Norma	Kategori	Frek.	(%)
kepercayaan diri (X)	$X \geq (M + 1 SD)$	$X \geq 48$	Tinggi	104	69,3%
	$(M - 1SD) \leq X < (M+1 SD)$	$32 \leq X < 48$	Sedang	42	28%
	$X < (M -1,5SD)$	$X < 32$	Rendah	4	2,7%
Perilaku konsumtif (Y)	$X \geq (M + 1 SD)$	$X \geq 34$	Tinggi	17	11,3%
	$(M - 1SD) \leq X < (M+1 SD)$	$22 \leq X < 34$	Sedang	119	79,3%
	$X < (M -1,5SD)$	$X < 22$	Rendah	14	9,4%

1. Hasil Uji Analisis

a. Uji Reabilitas

Hasil uji reabilitas dari skala yang digunakan dalam penelitian ini reliabel karena $> 0,6$. Berikutnya dapat dilihat secara ringkas pada tabel berikut:

Tabel 4. Ringkasan Hasil Uji Reabilitas

Skala	Jumlah Aitem Valid	Koefisien alpha
Kepercayaan Diri (X)	16	0,846
Perilaku Konsumtif (Y)	11	0,773

b. Uji Validitas

a) Skala Kepercayaan Diri

Hasil analisis terhadap 19 aitem skala kepercayaan diri menunjukkan bahwa koefisien korelasi aitem total bergerak antar $-0,033 - 0,633$ (lampiran). Berdasarkan hasil analisis tersebut terdapat 3 aitem yang gugur dan 16 aitem yang valid dengan mengacu pada daya beda kurang dari 0,3 (Azwar : 2013).

Tabel 5. Sebaran Aitem Skala Kepercayaan Diri

No	Aspek	Indikator perilaku	Item valid	Item gugur
1.	Optimis	orang yang mempunyai harapan atau pandangan baik dalam menghadapi segala hal	2,7,8,15	1
2.	Mandiri	dapat berdiri sendiri dan tidak bergantung pada orang lain	3,9,10,16	-
3.	Tidak mementingkan diri sendiri	orang yang tidak selalu berorientasi pada diri sendiri, mau mempedulikan orang lain	4,11,12	17
4	Berhati-hati dengan tidak berlebihan	Memiliki pertimbangan - pertimbangan yang bijaksana	5,6,13,14,18	19

b) Skala Perilaku Konsumtif

Hasil analisis terhadap 17 aitem skala perilaku konsumtif menunjukkan bahwa koefisien korelasi aitem total bergerak antara -0,177 - 0,670 (lampiran). Berdasarkan hasil analisis tersebut semua aitem valid dengan mengacu pada daya beda kurang dari 0,25 (Azwar : 2013). Sebaran aitem-aitem yang gugur dan yang valid tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 6. Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator perilaku	Item valid	Item gugur
1	Impulsif	Melakukan pembelian tiba-tiba	1,2,9,10	-
2	Pemborosan	Melakukan pembelian berlebihan	3,17	4, 11,12
3	<i>Pleasure seeking</i>	Mencari kesenangan	5,13,14	6
4	<i>Satisfaction seeking</i>	Rasa ketidakpuasan	7,8	15,16

2. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk

menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorof-Smirnof dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Jika nilai signifikansi dari hasil uji Kolmogorof-Smirnof $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi (Sulaiman, 2004).

Ringkasan hasil uji normalitas kedua skala yang digunakan pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 7. Hasil Uji Normalitas

Variabel	K-S-Z	P	Keterangan
Kepercayaan diri (Variabel X)	1297	0,069	Normal
Perilaku konsumtif (Y)	1.157	0,138	Normal

Berdasarkan tabel hasil analisis di atas dapat disimpulkan bahwa semua variabel adalah normal sebab p (Asymp. Sig. (2-tailed)) $> 0,05$.

b) Uji Linieritas

Uji linieritas diuji dengan menggunakan *Compare Means test for linearity* dengan bantuan perangkat lunak SPSS *for Windows* 17.00. Uji asumsi klasik jenis ini dipergunakan untuk melihat apakah model yang dibangun mempunyai peran linier atau tidak. Uji linieritas dipergunakan untuk mengkonfirmasi apakah sifat linier antara dua variabel yang diidentifikasi secara teori sesuai atau tidak dengan hasil observasi yang ada. Uji linieritas dapat menggunakan uji Durbin-Watson (Sulaiman, 2004). Kurva linier dapat terbentuk apabila setiap kenaikan/penurunan variabel bebas (prediktor) diikuti pula oleh kenaikan/

penurunan variabel tergantung (kriteria). Data dikatakan linier apabila pada kolom linierity nilai probabilitas atau $p < 0,05$.

Tabel 8. Hasil Uji Linieritas

Variabel	F	P	Keterangan
Kepercayaan diri (Variabel X) Perilaku konsumtif (Y)	0,488	0,486	Tidak Linier

Sumber : hasil olah data 2016

Berdasarkan tabel hasil uji linieritas di atas dapat diketahui bahwa variabel kepercayaan diri tidak membentuk kurva linier terhadap perilaku konsumtif dikarenakan nilai $p > 0,05$.

3. Uji Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat hubungan antara tingkat kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Malang, diuji menggunakan metode korelasi Pearson dengan bantuan SPSS (*Statistical Packages for Social Science*). Ringkasan hasil analisis tersebut dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 9. Hasil Uji Hipotesis *Product Moment Pearson*

Correlations

		percayadiri	per.konsumtif
Percayadiri	Pearson Correlation	1	-.119
	Sig. (2-tailed)		.147
	N	150	150
per.konsumtif	Pearson Correlation	-.119	1
	Sig. (2-tailed)	.147	
	N	150	150

Sumber : hasil olah data 2016

Jadi karena hasil uji korelasi pearson menghasilkan nilai $r_{xy} = -119$ dengan signifikansi sebesar 0,147 atau $p > 0,05$ maka hipotesis ditolak, semakin tinggi variabel x maka semakin rendah variabel y, begitu juga sebaliknya semakin rendah variabel x maka semakin tinggi variabel y artinya tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Malang, karena nilai $r_{xy} = -119$.

C. Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Malang, Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik korelasi *Product Moment Pearson*.

Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara tingkat kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif

pada mahasiswa UIN Malang, Hal ini ditunjukkan oleh hasil uji korelasi yang diperoleh dengan hasil nilai $r_{xy} = 119$ signifikansi (p) sebesar 0,147 ($p > 0,05$).

1. Tingkat Kepercayaan Diri Mahasiswa UIN Maliki Malang

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan terhadap variabel tingkat kepercayaan diri, bahwa distribusi frekuensi kepercayaan diri pada kategori tinggi berjumlah 104 mahasiswa dengan persentase 69,3%, untuk kategori sedang berjumlah 42 mahasiswa dengan presentasi 28%, dan mahasiswa yang memiliki kategori kepercayaan diri rendah yaitu 4 mahasiswa dengan persentase 2,7% dari total subjek penelitian sebanyak 150 mahasiswa.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan diri mahasiswa psikologi angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada persentase 69,3%, sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan diri mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa hampir keseluruhan mahasiswa psikologi angkatan 2013 UIN memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan mempunyai sikap yang optimis, kemudian mahasiswa dapat memotivasi diri dengan tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan yang mempunyai sikap negatif dengan mengkonsumsi dan pembelian maupun penggunaan dana secara berlebihan.

Percaya pada diri sendiri merupakan salah satu langkah positif untuk mencapai kesuksesan dalam hidup. Perilaku yang diharapkan pada mahasiswa adalah perilaku yang diharapkan pada mahasiswa adalah berperilaku sesuai dengan yang diharapkan, berani menghadapi berbagai tantangan di sekolah

maupun di lingkungan masyarakat, mampu mengambil keputusan dengan sangat tepat saat menghadapi masalah yang menimpanya, mau melibatkan diri di lingkungan yang lebih luas tanpa membutuhkan dorongan dari orang lain, dan dapat mengaktualisasikan dirinya dalam lingkungannya.

Kepercayaan diri merupakan hal yang penting bagi manusia karena tanpa memiliki rasa percaya diri, kita sebagai manusia tidak akan bisa mencapai keinginan yang kita inginkan, bahkan dapat menimbulkan hal negatif pada diri kita seperti frustrasi, depresi dan patah semangat. Hal ini dikarenakan pada prinsipnya rasa percaya diri secara alami bisa memberikan kita efektivitas kerja, kesehatan lahir batin, keberanian, vitalitas, daya kreatifitas, jiwa petualangan, kemampuan mengambil keputusan yang tepat, control diri, kematangan etika, rendah diri, sikap toleran, rasa puas dalam diri maupun jiwa serta ketenangan jiwa (Al-Uqshari, 2005:5).

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa distribusi frekuensi kepercayaan diri ada kategori tinggi berjumlah 104 mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi biasanya percaya pada kemampuan sendiri bertindak mandiri dalam mengambil keputusan memiliki rasa positif terhadap diri sendiri dan berani mengungkapkan pendapat tanpa rasa ragu.

2. Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Malang

Berdasarkan hasil pengolahan data yang telah dilakukan terhadap variabel tingkat perilaku konsumtif menunjukkan bahwa distribusi frekuensi perilaku konsumtif pada kategori tinggi berjumlah 17 mahasiswa dengan presentase 11,3%, untuk kategori sedang 119 mahasiswa dengan presentase 79,3%, dan

mahasiswa yang berada pada kategori rendah yaitu 14 mahasiswa dengan presentase 9,4% dari total subjek penelitian sebanyak 150 mahasiswa.

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa UIN Malang berada pada kategori sedang dengan presentase 79,3%, sehingga dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa UIN Malang pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa hampir keseluruhan mahasiswa UIN Malang memiliki perilaku konsumtif yang sedang. Dikarenakan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh teman sebaya, disisi lain para mahasiswa dapat mengontrol dirinya dengan memandang yang berbeda terhadap suatu barang ataupun tidak tertarik dengan barang yang terlalu berlebihan.

Konsumsi pada hakekatnya adalah mengeluarkan sesuatu dalam rangka memenuhi kebutuhan. Konsumsi meliputi keperluan, kesenangan dan kemewahan. Kesenangan atau keindahan diperbolehkan asal tidak berlebihan, yaitu tidak melampaui batas yang dibutuhkan oleh tubuh dan tidak pula melampaui batas-batas makanan yang diharamkan. (Diana, 2008:55). Pada dasarnya setiap manusia mempunyai kecenderungan berperilaku konsumtif, akan tetapi tidak semua bisa menyalurkannya. Dalam surat Al Isra' dianjurkan untuk membelanjakan harta yang kita miliki sesuai dengan syara', tidak berlebihan dan juga tidak kikir.

3. Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Malang

Berdasarkan hasil analisis korelasi antara tingkat kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif dengan menggunakan korelasi *product moment pearson* diperoleh r_{xy} sebesar -0,119 Pada taraf signifikansi 0,147 hal tersebut menunjukkan tidak adanya hubungan antara keduanya karena $p > 0,05$. Berdasarkan hasil ini maka hipotesis ditolak, yaitu tidak adanya hubungan antara tingkat kepercayaan diri mahasiswa dengan perilaku konsumtif mahasiswa UIN Malang.

Hal yang menyebabkan kepercayaan diri tidak mempunyai hubungan konsumtif yaitu karena saat ini perkembangan zaman sangat cepat sehingga perilaku konsumtif tidak lagi menjadi patokan untuk meningkatkan kepercayaan diri seseorang.

Alasan lainnya adalah telah dijelaskan dalam islam mengajarkan bahwa untuk tidak berlebih-lebihan dalam segala hal, karena hal tersebut dilarang oleh Allah SWT yang mana hal tersebut tercantum dalam surat Al-A'raf ayat 31. Para mahasiswa UIN Malang telah memahami mengenai hal tersebut sehingga mahasiswa tidak berperilaku konsumtif secara berlebihan untuk meningkatkan rasa kepercayaan dirinya.

Faktor lain yang mempengaruhi tidak adanya hubungan antara keduanya yaitu seperti, faktor usia, dan tingkat ekonomi. Usia seseorang dapat menjadi faktor tidak adanya hubungan diantara keduanya dikarenakan usia mempengaruhi seseorang untuk bertindak, contohnya seseorang yang sedang menuju tahap kedewasaan akan memiliki cara pandang dan cara berfikir yang sudah mulai matang. Selain itu tingkat faktor ekonomi seseorang juga dapat mempengaruhi,

orang yang memiliki uang yang cukup akan cenderung lebih senang membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang, begitu juga sebaliknya jika seseorang yang memiliki tingkat ekonomi rendah cenderung membatasi untuk melakukan pembelian barang-barang yang berlebihan.

Dari hasil analisa di atas, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri mahasiswa UIN Malang pada kategori tinggi sedangkan untuk perilaku konsumtif berada pada kategori sedang. Kemudian ditemukan hasil bahwa tidak adanya hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa UIN Malang tidak membutuhkan perilaku konsumtif untuk meningkatkan kepercayaan dirinya atau agar bisa diterima oleh lingkungan sosial. Jadi perilaku konsumtif tidak berpengaruh pada kepercayaan diri, karena dengan berkembangnya zaman yang sangat pesat pada saat ini dapat menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tingkat kepercayaan diri pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berdasarkan hasil analisis data terbagi menjadi 3 bagian yaitu tinggi, sedang dan rendah. Tingkat kepercayaan diri kategori tinggi berjumlah 104 mahasiswa dengan prosentase 69,3%, sedangkan untuk kategori sedang berjumlah 42 mahasiswa dengan prosentase 28% dan mahasiswa yang memiliki kategori kepercayaan diri rendah yaitu 4 mahasiswa dengan prosentase 2,7% dari total responden penelitian sebanyak 150 mahasiswa. Jadi dapat disimpulkan bahwa tingkat kepercayaan diri mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2013 UIN Maliki Malang berada pada kategori tinggi dengan prosentase 69,3%.

Tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2013 UIN Maliki Malang berdasarkan hasil analisis data terbagi menjadi 3 kategori yaitu tinggi, sedang dan rendah. Tingkat perilaku konsumtif pada kategori tinggi berjumlah 17 mahasiswa dengan prosentase 11,3%, sedangkan untuk kategori sedang berjumlah 119 mahasiswa dengan prosentase 79,3% dan mahasiswa yang memiliki kategori perilaku konsumtif rendah yaitu 14 mahasiswa dengan prosentase 9,4% dari total responden penelitian sebanyak 198 mahasiswa. Jadi dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa fakultas psikologi

angkatan 2013 UIN Maliki Malang berada pada kategori sedang dengan prosentase 79,3%

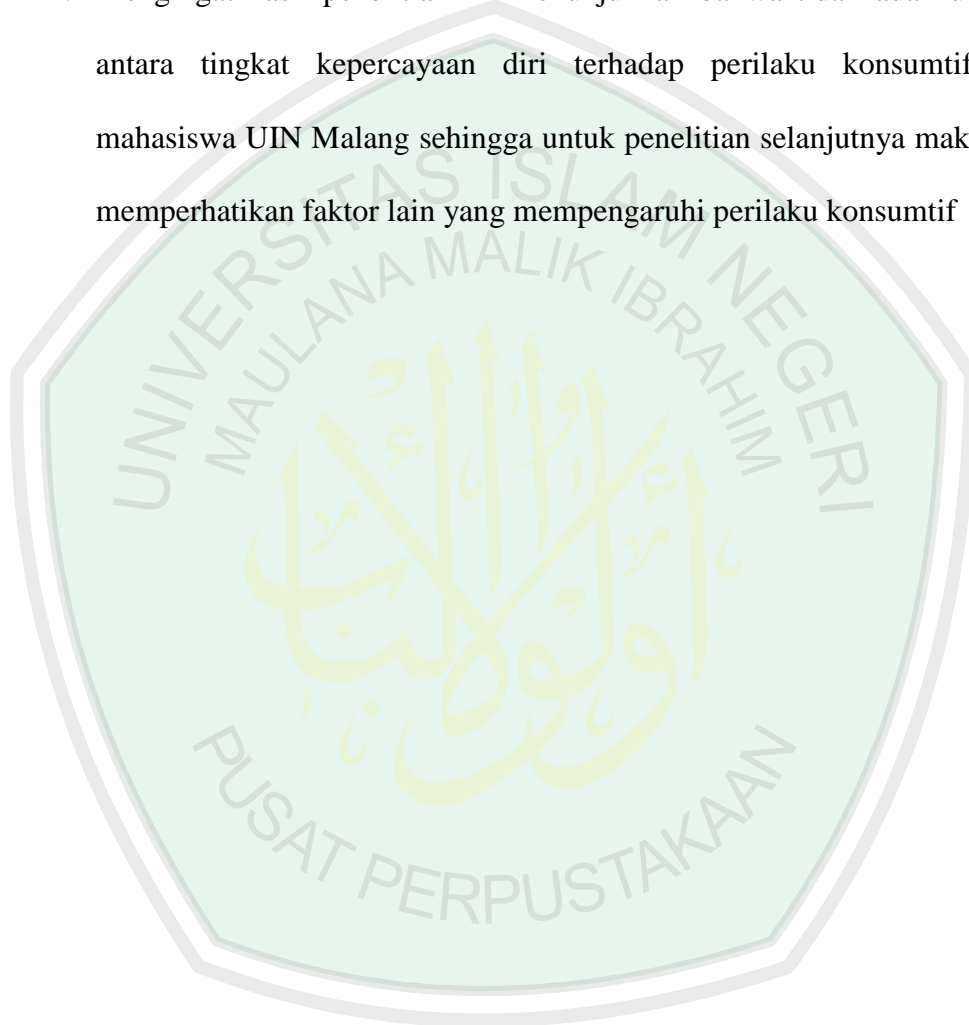
Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi angkatan 2013 UIN Malang. Hal ini berdasarkan dari hasil uji korelasi yang diperoleh dengan signifikasi (p) sebesar 0,147 ($p > 0,05$).

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan sebagai penambah khasanah psikologi khususnya teori tentang kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif.
2. Peneliti menyarankan pada mahasiswa untuk meningkatkan rasa percaya dirinya dengan hal kecil, misalnya dengan menerima diri apa adanya. Peneliti juga mengharapkan mahasiswa mampu berperan sebagai konsumen yang selektif, membeli karena kebutuhan yang mendesak, bukan karena faktor-faktor lain, misalnya hanya ingin diakui teman-temannya. Karena jika tidak selektif dalam membeli barang, mereka akan membeli barang yang tidak mereka butuhkan dan akan menimbulkan adanya perilaku konsumtif.

3. Bagi penelitian berikutnya diharapkan nantinya dapat mengembangkan tema penelitian yang lebih menarik dengan sampel yang lebih luas untuk pengembangan keilmuan psikologi.
4. Mengingat hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Malang sehingga untuk penelitian selanjutnya maka perlu memperhatikan faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif



DAFTAR PUSTAKA

- Angelis, De Barbara. 2002. *Confidence-Mengatasi Rasa Tidak percaya diri*. Jakarta. Puspa Swara.
- Angelis, Barbara. 2003. *Percaya Diri*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Adiputra, R & Moningka, C. 2012. *Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu pada Perempuan Dewasa Awal*. Jurnal Psikologi Vol 05. Jakarta : Universitas Bunda Mulia.
- Ancok, D. 1995. *Nuansa Psikologi Pembangunan*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. 2005. *Manajemen Penelitian*. Jakarta:PT Rineka Cipta. Senenan Jepara, 21.
- Arikunto, S. 2002. *Manajemen Penelitian*. Jakarta:PT Rineka Cipta
- Al-uqshari, Yusuf. 2005. *Percaya Diri Pasti*. Jakarta. Rineka Cipta
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. *Dasar-dasar Psikometri*,2012. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2013. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Boeree, C. George. 2009. *Personality Theories*. Jogjakarta: PRISMASOPHIE.
- Danim, Sudarman. 2004. *Metode Penelitian untuk Ilmu-ilmu perilaku*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Departemen Agama RI. 2005. *Al-Qur'an dan Terjemahan*. Bandung. CV Penerbit Diponegoro.

- Dede, R. H. 2011. *Teori dan Aplikasi Psikologi Kepribadian dalam Konseling*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia
- Dharmmesta, S,B. Dan Handoko, H.T. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Ed-1. Yogyakarta : BPFE.
- Diana, I. N. 2008. *Hadis-hadis Ekonomi*. Malang: UIN-Malang Press.
- Engel, J.F. 2002. *Perilaku Konsumen*. Erlangga: Jakarta.
- Euromotor. 2006. *Sikap Konsumtif yang kembali mencemaskan*. <http://harianKOMPAS.com>
- Fatimah. 2006. *Psikologi perkembangan peserta didik*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Feist, J & Feist G,J. 2013. *Teori Perkembangan Theories of Personality*. Jakarta;Salemba Humanika.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi Pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fransisca & P. Tommy Y.S Suyasa, 2005, Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Phronesis* Vol. 7, No.2. 172-199.
- Fromm, E. 1995. *Masyarakat Yang Sehat*. Alih Bahasa : Sutrisno. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.
- Hadi, S. 1995. *Metodologi Research*. Jilid 2. Yogyakarta : Andi Offset.
- Hakim. T. 2002. *Mengatasi Rasa Tidak Percaya Diri*. Jakarta : Purwa Suara.
- Harnum, D. 2012. *Hubungan antara Teknik Kontrol Diri dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswi di Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*.Skripsi. Diterbitkan : Fakultas Psikolog Universitas Islam Negeri Malang

- Hasan, 1990. *Kamus Istilah Psikologi*. Jakarta: Pusat pengembangan Bahasa, DepDikBud.
- Hurlock, B. Elizabeth. 1998. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. B. 1997. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan*. Alih Bahasa : Istiwidayanti dan Soedjarwo. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hurlock, E. B. 2004. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta : Erlangga.
- Hurlock, E.B 1999 . *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi 5 .Surabaya. PT. Gelora Aksara Pratama Erlangga.
- Hutagalung, Inge. 2007. *Pengembangan Kepribadian*. Jakarta: PT INDEKS.
- Iwan, S.D. 2010. *Pengaruh Outdoor Education Terhadap Perubahan Kepercayaan Diri (Self Confidence) pada Siswa*. Bandung : Universitas Pendidikan Indonesia.
- Kartono, Kartini. 1996. *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Mandar maju.
- Khoir, Ima Hikmatul. 2011. Hubungan antara Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Putri Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang. *Skripsi* Fakultas Psikologi UIN Malang.
- Koswara, E. 1991. *Teori-Teori Kepribadian*. Bandung: PT Eresco.
- Lauter, P. 2002. *Tes Kepribadian*. Jakarta, Gaya Media Pratama.
- Lina, *Perilaku Konsumtif Berdasar Locus of Control Pada Remaja Putri*, Jakarta:Grafindo, 2008, 177.
- Loekmono, Lobby. 1983. *Rasa Percaya Diri Sendiri*. Salatiga: Pusat Bimbingan UKSW.

- Mangkunegara, A.P, *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Cetakan Keempat, Bandung : PT Refika Aditama, 2009, 4.
- Maslow, Abraham. 1971. *The Third Forces The Psychology Abraham Maslow*.
- Moningka, C. 2006. *Konsumtif : antara Gengsi dan Kebutuhan*. (<http://www.suarapembaruan.com/News/2006/12/13/urban/urb02.htm>)
- Monks, Knoers, Haditono. 2004. *Psikologi Perkembangan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Mowen, J.C., Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta. Penerbit Erlangga.
- Peter J. Paul Dan Olson, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi ke Empat, Jilid I, (Jakarta:Erlangga, 2006), 6.
- Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1, Alih Bahasa, Bob Sabran, (Erlangga: Jakarta, 2008), 166.
- Prasetijo, R dan Ihalauw, J. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Ridho, A. 2006. *Handout Psikometri*. Malang: UIN Malang (tidak diterbitkan)
- Rini, J.F 2002 . *Memupuk Rasa Percaya Diri*, <http://digilib.itb.ac.id>.
- Santrock, J.W. 2003. *Adolescence, Perkembangan Remaja*. Edisi keenam. Jakarta. Erlangga.
- Santrock, J.W. 2002. *Life-Span Development. Perkembangan Masa Hidup. Jilid Kedua. Edisi Kelima*. (Terj.). Jakarta : Erlangga.
- Solomon, M. R. 2002. *Consumer Behavior Buying, Having, and Being, Fifth Edition*. New Jersey : Prentice Hall.
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Suhardita, K. 2011. Efektivitas Penggunaan Teknik Permainan Dalam Bimbingan Kelompok untuk Meningkatkan Percaya Diri Siswa. *Jurnal* .No.1, Agustus 2011.

- Sulaiman, W. 2004. *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung. Penerbit Alfabeta.
- Sutisna, 2001. *Pemasaran, Perilaku Konsumen, Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Rosdakarya Offset.
- Sutrisno, Hadi 2000. *Metodologi Reseach. Jilid II*. Yogyakarta: Andi Offset
- Tambunan, R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*.
<http://www.duniaesai.com/psikologi/psi3.htm>
- Walgito, B. 2004. *Bimbingan dan Konseling di Sekolah*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Widayat & Arullah 2002. *Riset Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yusuf, S. 2008. *Psikologi Perkembangan Anak dan Remaja*. Bandung : PT Remaja Rosdakary.
- Yusuf, Syamsu & Nurihsan, Juntika. *Teori Kepribadian*. Bandung: PT REMAJA ROSDAKARYA.



LAMPIRAN

SKALA PSIKOLOGI

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah komentar dari setiap pernyataan secara jujur dengan cara memberi tanda **cek/cek list** (√) pada kolom komentar yang **sesuai dengan kondisi Anda**. **Tidak ada** komentar yang dianggap **salah, benar, baik** maupun **buruk**. Semua komentar dianggap benar asal sesuai dengan kondisi yang Anda alami selama ini.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

TS : Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

SKALA 1

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Menurut saya ketika yang dirasakan kurang berhasil akan menjadi pengalaman agar menjadi lebih baik				
2.	Saya berpikir bahwa setiap masalah mempunyai jalan keluarnya				
3.	Saya yakin dapat menyelesaikan masalah tanpa bantuan teman				
4.	Saya tetap mempedulikan kepentingan orang lain ketika melakukan sesuatu				
5.	Menurut saya tidak perlu merasa malu dengan kekurangan yang saya miliki				

6.	Saya mampu menerima diri apa adanya, baik kelebihan maupun kekurangan				
7.	Saya berpikir positif dalam menyikapi hidup				
8.	Saya merasa yakin masa depan saya akan berjalan sesuai dengan yang diharapkan				
9.	Saya mampu menyesuaikan sikap ketika dalam keadaan sulit				
10.	Saya mampu menyelesaikan masalah tanpa bantuan orang lain				
11.	Saya peduli pada perasaan orang lain				
12.	Saya sering tidak memaksakan keinginan jika merugikan orang lain				
13.	Saya merasa tidak perlu berpenampilan secara berlebihan untuk menutupi kekurangan yang saya miliki				
14.	Saya sering berhati-hati dalam setiap tindakan yang saya lakukan				
15.	Saya mampu membuat keputusan walaupun ada masalah yang berat				
16.	Saya merasa yakin dengan sesuatu yang saya pilih tanpa bertanya kepada orang lain				
17.	Saya merasa lebih mementingkan orang lain, daripada diri saya sendiri				
18.	Saya sering mempertimbangkan keputusan maupun tindakan yang akan saya lakukan				
19.	Saya mampu bersikap waspada tapi tidak berlebihan				

SKALA 2

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Saya sering tergoda membeli barang tanpa memiliki anggaran				
2.	Saya sering membeli barang hanya karena keinginan sesaat				
3.	Saya mempertimbangkan uang yang harus di keluarkan untuk membeli barang yang saya suka				
4.	Saya segan belanja barang mahal kalau tidak mendesak				
5.	Saya merasa puas jika bisa membeli barang yang bermerek				
6.	Saya suka membeli barang yang diminati oleh teman-teman				
7.	Saya merasa ingin membeli barang yang melebihi teman-teman				
8.	Saya harus bersaing dengan teman-teman dalam membeli barang				
9.	Saya langsung membeli produk yang menawarkan hadiah				
10.	Menurut saya barang yang bagus membuat				

	saya tampil percaya diri				
11.	Saya rela mengeluarkan uang banyak demi membeli barang mewah				
12.	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum membeli				
13.	Saya akan membeli barang hanya karena ingin tetap eksis dalam kelompok				
14.	Saya merasa puas belanja barang yang membuat saya terlihat menarik				
15.	Saya kurang puas dengan barang yang saya miliki				
16.	Saya masih ingin membeli barang yang sudah saya miliki				
17.	Saya cenderung mengurungkan niat untuk membeli, tanpa adanya kebutuhan mendesak				

Lampiran SPSS

1. Uji validitas

Correlations

Kepercayaan Diri (Y)

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	55.8933	57.774	.287	.830
VAR00002	55.9933	56.799	.372	.826
VAR00003	56.1867	53.012	.562	.816
VAR00004	55.9733	56.160	.385	.826
VAR00005	56.1400	55.544	.346	.828
VAR00006	56.3400	52.924	.539	.817
VAR00007	56.0667	55.687	.364	.827
VAR00008	56.1867	51.656	.633	.812
VAR00009	56.3067	55.355	.373	.826
VAR00010	56.3200	53.253	.490	.820
VAR00011	56.4333	53.173	.500	.820
VAR00012	56.1733	55.231	.425	.824
VAR00013	56.0867	53.274	.586	.816
VAR00014	56.2333	52.180	.613	.813
VAR00015	56.3000	53.997	.426	.824
VAR00016	56.1333	55.163	.351	.828
VAR00017	56.2200	60.777	-.033	.841
VAR00018	55.9333	55.338	.438	.823
VAR00019	56.4800	59.674	.060	.839

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
59.3000	60.829	7.79929	19

Terdapat 3 item yang gugur dalam perhitungan uji validitas kepercayaan diri. Sehingga ada 16 item yang di terima, dan hasil yang diperoleh setelah menghilangkan 3 item yang gugur terdapat pada tabel SPSS di bawah ini:

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00002	46.6867	53.223	.356	.846
VAR00003	46.8800	49.261	.576	.835
VAR00004	46.6667	52.251	.406	.843
VAR00005	46.8333	51.603	.367	.846
VAR00006	47.0333	49.079	.560	.835
VAR00007	46.7600	51.794	.381	.845
VAR00008	46.8800	48.200	.625	.831
VAR00009	47.0000	51.906	.353	.846
VAR00010	47.0133	49.597	.493	.839
VAR00011	47.1267	49.574	.499	.839
VAR00012	46.8667	51.553	.425	.843
VAR00013	46.7800	49.461	.605	.833
VAR00014	46.9267	48.619	.613	.832
VAR00015	46.9933	50.409	.422	.843
VAR00016	46.8267	51.205	.373	.846
VAR00018	46.6267	51.712	.434	.842

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
49.9933	56.987	7.54894	16

Hasil Uji Validitas kepercayaan diri setelah 3 item yang gugur pada item 1, 17, dan 19 di hilangkan.

Correlations

Perilaku Konsumtif (X)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	39.7533	25.932	.348	.714
VAR00002	39.8533	25.200	.377	.710
VAR00003	40.1000	22.507	.670	.677
VAR00004	39.9067	25.951	.230	.722
VAR00005	40.0800	25.457	.280	.718
VAR00006	40.2533	26.607	.097	.736
VAR00007	40.3867	23.702	.519	.694
VAR00008	40.3667	22.636	.575	.685
VAR00009	40.3533	22.485	.495	.693
VAR00010	39.9600	26.041	.166	.727
VAR00011	40.3533	23.290	.516	.693
VAR00012	39.8933	26.646	.113	.733
VAR00013	40.3000	24.185	.295	.719
VAR00014	40.3067	25.919	.267	.719
VAR00015	40.1400	28.685	-.177	.755
VAR00016	40.1000	26.695	.113	.732
VAR00017	40.4533	24.652	.395	.707

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
42.6600	27.877	5.27986	17

Terdapat 6 item yang gugur dalam perhitungan uji validitas perilaku konsumtif. Sehingga ada 11 item yang di terima, dengan menurunkan correlation item 0,25 , dan hasil yang diperoleh setelah menghilangkan 6 item yang gugur terdapat pada tabel SPSS di bawah ini:

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	24.0467	18.931	.376	.763
VAR00002	24.1467	18.972	.263	.772
VAR00003	24.3933	15.999	.691	.723
VAR00005	24.3733	18.397	.317	.768
VAR00007	24.6800	17.521	.446	.754
VAR00008	24.6600	16.360	.548	.740
VAR00009	24.6467	15.693	.547	.740
VAR00010	24.6467	16.794	.510	.745
VAR00013	24.5933	17.357	.310	.776
VAR00014	24.6000	18.792	.312	.768
VAR00017	24.7467	18.029	.376	.762

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.9533	20.743	4.55442	11

Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumtif setelah 6 item yang gugur pada item 4,6,10,11,15 dan 16 di hilangkan.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas Variabel Y

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	150	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	16

Reliabilitas Variabel X

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	150	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	11

3. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		percayadiri	per.konsumtif
N		150	150
Normal Parameters ^a	Mean	49.9933	27.4400
	Std. Deviation	7.54894	4.26549
Most Extreme Differences	Absolute	.106	.094
	Positive	.057	.094
	Negative	-.106	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		1.297	1.157
Asymp. Sig. (2-tailed)		.069	.138
a. Test distribution is Normal.			



4. Uji Linieritas

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	perilaku konsumtif ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: kepercayaan diri

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.057 ^a	.003	-.003	7.813

a. Predictors: (Constant), perilaku konsumtif

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.815	1	29.815	.488	.486 ^a
	Residual	9033.685	148	61.038		
	Total	9063.500	149			

a. Predictors: (Constant), perilaku konsumtif

b. Dependent Variable: kepercayaan diri

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	62.919	5.218		12.059	.000
	perilaku konsumtif	-.085	.121	-.057	-.699	.486

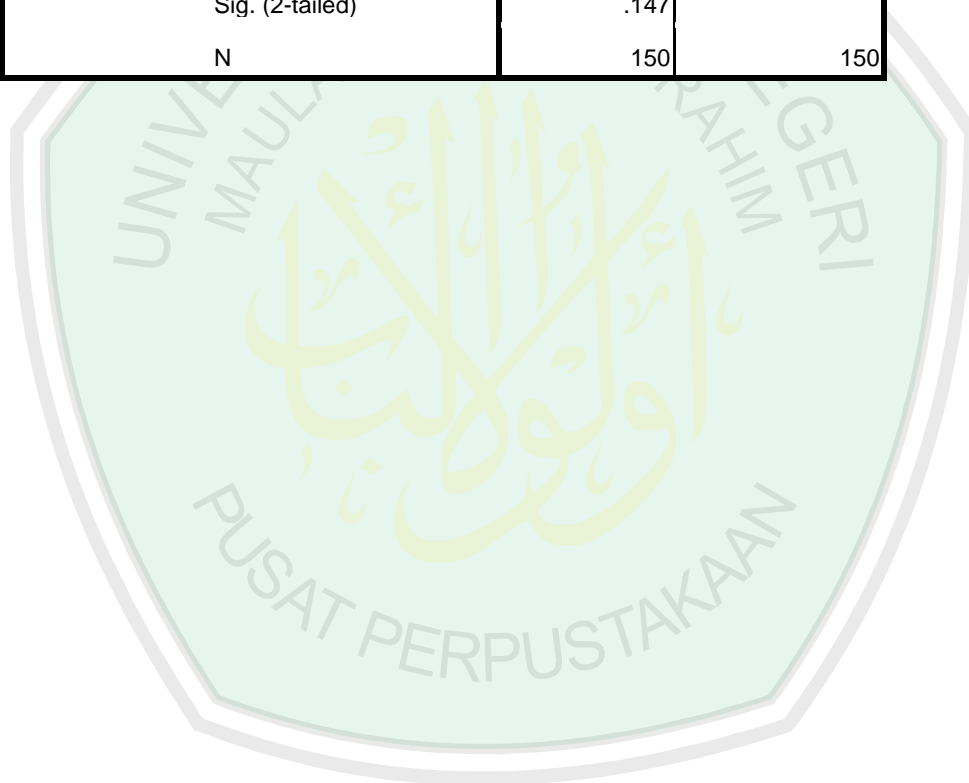
a. Dependent Variable: kepercayaan diri



5. Uji Hipotesis

Correlations

		percayadiri	per.konsumtif
Percayadiri	Pearson Correlation	1	-.119
	Sig. (2-tailed)		.147
	N	150	150
per.konsumtif	Pearson Correlation	-.119	1
	Sig. (2-tailed)	.147	
	N	150	150



**SKOR AITEM KEPERCAYAAN DIRI PADA 150 SUBJEK MAHASISWA
UIN MALANG ANGKATAN 2013**

Subjek	ITEM																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
2	3	4	4	4	4	3	4	4	2	2	1	2	2	2	4	3	3	4
3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3
4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	1	4	3	4	4	2	3	3	4
5	3	3	3	4	4	2	4	2	1	4	1	4	4	1	3	4	3	3
6	3	3	3	4	3	2	4	2	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2
7	3	4	3	3	3	3	4	1	2	3	3	3	4	1	1	1	3	1
8	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	2
9	4	2	4	3	2	1	3	4	3	4	2	3	4	4	2	4	3	3
10	3	3	1	4	3	1	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2
11	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4
12	3	2	4	3	3	3	1	3	3	4	4	3	3	2	1	4	4	4
13	3	3	2	1	3	1	4	3	4	3	1	1	1	2	3	1	4	3
14	4	4	2	3	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	2	4	4
15	4	4	3	4	4	3	3	2	3	4	2	2	4	4	2	3	3	3
16	4	3	4	2	4	2	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4
18	3	3	3	3	3	1	1	2	1	1	3	3	1	2	4	3	3	2
19	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3
20	3	3	4	3	3	4	5	2	2	3	4	3	3	3	4	3	2	3
21	4	4	2	2	4	2	2	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4
22	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3
23	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3
24	3	3	3	3	4	3	3	2	4	2	3	4	4	2	3	3	3	3
25	4	2	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	94		4	4
26	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	1			4	4
27	2	3	3	3	2	2	4	2	3	4	2	2	3	4		4	4	4
28	3	3	1	3	4	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3
29	3	2	1	3	1	1	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	3	2
30	3	3	4	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3
31	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2
32	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
33	3	3	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1
34	4	3	3	2	3	3	3	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	4
35	4	4	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3

36	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4
37	3	4	4	4	3	3	2	4	3	2	4	4	4	4	3	2	3	3
38	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4
39	4	4	3	4	2	4	1	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3
40	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
41	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4
43	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4
44	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4
45	4	3	2	3	2	4	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3
46	3	2	3	2	4	3	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3
47	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	3	4
48	4	3	2	2	2	4	4	4	2	2	2	4	3	3	1	3	3	4
49	3	3	3	3	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	2	3	3
50	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4
51	4	3	4	3	4	4	2	2	4	1	2	2	1	3	3	3	3	3
52	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
53	3	2	1	1	2	1	3	1	2	1	1	1	2	2	2	3	4	4
54	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
55	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3
56	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	2
57	4	3	3	4	4	4	4	4	1	2	1	3	3	4	1	4	3	4
58	4	3	2	3	2	2	2	4	4	1	2	4	3	4	3	3	4	3
59	3	3	3	4	3	3	2	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3
60	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	2	4
61	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
62	4	3	4	4	4	2	4	4	1	2	1	3	3	2	3	4	2	4
63	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	3	4
64	3	4	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3
65	2	4	3	4	4	3	2	1	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3
66	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	3	4	3	2	4
67	3	4	4	3	3	1	3	4	3	1	2	3	4	3	3	4	3	2
68	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	1	3	3	2
69	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4
70	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4
71	4	3	2	3	1	4	4	2	4	2	4	3	3	3	4	3	3	4
72	4	2	3	3	3	3	2	3	2	4	1	3	2	2	3	4	4	3
73	3	4	3	3	2	2	4	3	2	2	1	2	4	1	4	4	3	4
74	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	4
75	4	4	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	1	1	1	4	2
76	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4

77	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
78	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	2	3	3
79	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3
80	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	4
81	4	3	3	4	2	3	4	2	2	2	1	3	3	1	4	2	3	4
82	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	1	2	3	3	3	1	2	3
83	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4
84	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4
85	4	4	2	4	4	4	3	4	3	2	3	2	4	4	4	3	3	4
86	3	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	2	4	2	2	4	3	2
87	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
88	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4
89	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4
90	4	3	3	4	3	2	2	4	4	3	3	2	3	2	3	3	4	2
91	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4
92	3	4	4	3	2	4	4	3	1	3	3	2	3	3	4	3	2	3
93	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	1	2	3	4	2	3	3	4
94	4	3	3	4	4	3	3	4	1	4	3	4	3	4	4	4	2	3
95	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4
96	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4
97	4	2	2	4	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4
98	3	3	1	3	1	2	3	2	1	2	2	4	3	3	1	2	2	3
99	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2
100	2	2	2	3	3	4	2	2	3	4	3	2	2	2	4	4	3	2
101	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	3	3	2	2	3	4
102	4	3	4	4	4	3	3	3	1	2	4	3	3	3	3	2	3	2
103	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3
104	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2
105	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2	2	4
106	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4
107	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4
108	3	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	1	3	2	4	3	3
109	3	2	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3	2	3
110	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	1	3	4	2	3	2	2	4
111	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2	2	4
112	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3	2	4
113	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	2	1	4
114	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3	2	4
115	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	1	3
116	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	1	3	4	2	3	2	2	3
117	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2	2	3

118	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3	2	3
119	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	2	1	3
120	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3	2	4
121	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	1	4
122	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3
123	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	3	2	2	4	4	4	3	3
124	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3
125	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4
126	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
127	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
128	4	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4
129	2	3	2	3	1	2	3	1	2	1	2	3	3	2	2	3	3	3
130	3	3	2	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	2	3
131	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4
133	4	4	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4
134	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
135	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3
136	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4
137	2	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
138	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	5	4	3	4
139	4	4	3	3	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3
140	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3
141	4	4	4	3	3	1	3	4	3	3	2	4	3	4	1	3	3	4
142	3	3	1	2	3	1	1	2	4	1	1	3	2	1	2	2	2	1
143	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4
144	2	2	2	4	4	2	2	2	4	3	4	2	2	2	4	2	3	3
145	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
146	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	4	3	4
147	3	4	3	4	2	2	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3
148	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
149	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
150	3	4	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4

**SKOR AITEM PERILAKU KONSUMTIF PADA 150 SUBJEK
MAHASISWA UIN MALANG ANGGARAN 2013**

Subjek	ITEM															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1
2	1	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2
3	2	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	3	3
4	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
5	4	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	2	3	2
6	2	2	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2
7	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3
8	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3
10	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
11	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
12	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2
13	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3
14	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
15	3	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	1	3	2	4

16	3	2	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3
17	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	1	3	4	2	3	2
18	3	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2
19	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	3	4	3	2	3	3
20	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3	2
21	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3
22	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
23	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	1
24	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2
25	2	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	3	3
26	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
27	4	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	2	3	2
28	2	2	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2
29	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3
30	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3
32	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
33	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
34	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2
35	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3
36	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
37	3	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	1	3	2	4
38	3	2	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3
39	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	1	3	4	2	3	2
40	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2
41	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3
42	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	2
43	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3
44	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
45	2	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	3	3
46	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
47	4	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	2	3	2
48	2	2	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2
49	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3
50	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	1	1	3	3	3
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3
52	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
53	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
54	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2
55	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3
56	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3

57	3	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	1	3	1	4
58	3	2	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3
59	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	1	3	4	2	3	2
60	3	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2
61	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	3	4	3	2	2	3
62	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2
63	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3
64	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
65	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	1
66	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2
67	2	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	3	3
68	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
69	4	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	2	3	2
70	2	2	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2
71	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3
72	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3
74	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
75	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
76	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2
77	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3
78	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
79	3	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	1	3	2	4
80	3	2	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3
81	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	1	3	4	2	3	2
82	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2
83	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3
84	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	2
85	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3
86	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
87	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3
88	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
89	3	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	1	3	1	4
90	3	2	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3
91	3	2	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	4	2	3	2
92	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	2	3	2	2	3	2
93	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	3	4	3	2	2	3
94	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2
95	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3
96	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
97	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	1

98	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2
99	2	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	3	3
100	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
101	4	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	2	3	2
102	2	2	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2
103	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3
104	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
105	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3
106	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
107	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3
108	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	2
109	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3
110	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
111	3	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	1	3	2	4
112	3	2	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3
113	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	1	3	4	2	3	2
114	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2
115	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3
116	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	2
117	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3
118	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
119	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	1	3	4	2	3	2
120	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2
121	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3
122	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	2
123	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3
124	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
125	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3
126	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
127	3	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	1	3	1	4
128	3	2	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3
129	3	2	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	4	2	3	2
130	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	2	3	2	2	3	2
131	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	3	4	3	2	2	3
132	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	3	3	3	2	2
133	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3
134	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
135	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	3	2	3	1
136	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2
137	2	3	3	2	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	3	3
138	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2

139	4	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	4	2	3	2
140	2	3	2	3	3	3	1	1	1	3	2	3	2	2	3	2
141	3	3	2	3	2	3	3	2	1	1	2	1	3	2	3	3
142	3	2	2	3	3	1	1	2	2	2	3	1	1	3	3	2
143	3	3	1	1	1	3	2	2	1	1	3	3	1	1	3	3
144	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
145	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3
146	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3
147	3	3	2	2	1	3	2	3	4	2	3	2	1	3	1	4
148	3	2	3	4	2	1	3	3	2	3	3	3	1	3	1	3
149	3	2	3	3	3	2	2	1	3	3	1	3	4	2	3	2
150	3	3	2	3	3	3	1	1	1	1	2	3	2	2	3	2

