

**HUBUNGAN TIPE KEPERIBADIAN DENGAN MINAT AROMA  
PARFUM PADA SANTRI PUTRI MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**AJENG ASRIASA  
NIM:06410067**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2010**

**HUBUNGAN TIPE KEPERIBADIAN DENGAN MINAT AROMA  
PARFUM PADA SANTRI PUTRI MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada :

Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam  
Memperoleh Gelas Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh :

AJENG ASRIASA  
NIM: 06410067



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2010**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**HUBUNGAN TIPE KEPERIBADIAN DENGAN MINAT AROMA  
PARFUM PADA SANTRI PUTRI MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**AJENG ASRIASA  
NIM: 06410067**

**Telah disetujui pada Tanggal 17 Juli 2010**

**Dosen Pembimbing**

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

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

**Dr. H. Mulyadi, M. Pd. I  
NIP. 19550717 198203 1 005**

## HALAMAN PENGESAHAN

### HUBUNGAN TIPE KEPERIBADIAN DENGAN MINAT AROMA PARFUM PADA SANTRI PUTRI MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

#### SKRIPSI

Oleh :

**AJENG ASRIASA**  
**NIM: 06410067**

Telah dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Diterima Sebagai  
Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)  
Pada Tanggal 26 Juli 2010

#### SUSUNAN DEWAN PENGUJI    TANDA TANGAN

Penguji Utama	: Dr. Yuswianto, M.Kes.	(            )
Ketua Penguji	: Zainal Habib, M.Hum. NIP. 19760917 200604 1 002	(            )
Sekretaris/Pembimbing	: Retno Mangestuti, M.Si. NIP. 19750220 200312 2 004	(            )

Mengetahui dan Mengesahkan  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang

**Dr. H. Mulyadi, M.Pd.I.**  
**NIP. 19550717 198203 1 005**

## **SURAT PERNYATAAN**

Yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Ajeng Asriasa  
NIM : 06410067  
Alamat : Jl. Dr. Wahidin SH.II no.20 Tuban

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat sebagai salah satu persyaratan kelulusan pada Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, yang berjudul:

**HUBUNGAN TIPE KEPERIBADIAN DENGAN MINAT AROMA  
PARFUM PADA SANTRI PUTRI MA'HAD SUNAN AMPEL AL-ALI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

Adalah murni hasil karya penulis dan bukan duplikasi dari karya orang lain

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, adalah bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing dan fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, melainkan sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, dan tanpa intervensi dari pihak manapun.

Malang, 17 Juli 2010

Penulis,

Ajeng Asriasa

## MOTTO

*“Hai orang-orang yang beriman, barang siapa di antara kamu yang murtad dari agamanya, maka kelak Allah akan mendatangkan suatu kaum yang Allah mencintai mereka dan mereka pun mencintai-Nya, yang bersikap lemah lembut terhadap orang yang mukmin, yang bersikap keras terhadap orang-orang kafir, yang berjihad di jalan Allah, dan yang tidak takut kepada celaan orang yang suka mencela. Itulah karunia Allah, diberikan-Nya kepada siapa yang dikehendaki-Nya, dan Allah Maha Luas (pemberian-Nya) lagi Maha Mengetahui.” (Al-Maa’idah:54)*

## PERSEMBAHAN

*Bismillaahirrahmaanirrahiim...*

Kupersembahkan karya ini untuk orang-orang yang aku sayangi dan cintai

Untuk (alm) Bapak, aku lulus bapak...

Untuk mamak, my *beloved mother*, my *superhero*, terimakasih mamak atas dukungannya , menjaga, merawat aku sampai detik ini, makasih mamak makasih...

Buat abah, makasih banyak abah, sosok terkeren di dunia ini...

Buat adek-adekku, adek Dea dan adek Lia, *thank you* ya.....

Keluarga besarku, terimakasih ya...

Buat Pepenk, makasih juga atas semua dukungannya selama ini..

Buat teman-teman di kos Joyosuko khususnya Aziah, mbak Mayank, mbak Nur, mbak Yasmin makasih ya, semua kenangan dikos tak akan kulupakan

teman-teman PSIKOLOGI UIN MALIKI malang angkatan 2006 dan semuanya yang telah mendukungku , khususnya Ipet, Nitnut, Cipo, Luluk, kenangan bersama masa-masa kuliah tak akan kulupakan makasih banget...

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan syukur kehadirat Allah Yang Maha Rahman, dengan segala keterbatasan yang ada, skripsi dengan judul: Hubungan Tipe Kepribadian dengan Minat Aroma Parfum pada Santri Putri Ma'had Sunan Ampel Al-ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Akhirnya, dapat diselesaikan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S. Psi.) UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Shalawat serta salam tetap tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, keluarga, sahabat serta pengikut beliau sampai akhir masa. Dalam menyelesaikan penelitian ini, tentunya tidak lepas dari dukungan, bantuan, arahan serta motivasi dari berbagai pihak. Untuk itu dengan rasa hormat, penulis menghaturkan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. H. M. Imam Suprayogo, M. A. selaku rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I. selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Retno Mangestuti, M. Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan banyak masukan dan bimbingan hingga terselesaikannya penelitian ini.
4. Ali Ridho M.Si dan Dr. Yuswianto, M.Kes yang juga telah memberikan banyak masukan dan bimbingan hingga terselesaikannya penelitian ini.
5. Bapak dan ibu dosen Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah mendidik kami dan bersedia membagi ilmu dan pengalamannya kepada kami selama kami menuntut ilmu di Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
5. Teman-teman seperjuangan angkatan 2006 yang telah memberikan motivasi
6. Seluruh pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu yang telah membantu hingga terselesaikannya Skripsi ini.

Semoga Allah swt. memberikan balasan yang setimpal atas kebaikan yang telah diberikan kepada penulis, *aamiin*. Tak lupa, penulis juga mohon maaf yang sebesar-besarnya jika ada kesalahan yang telah penulis lakukan. Semoga Allah swt. menilai segala aktivitas kita sebagai Ibadah, *aamiin*. Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penelitian ini merupakan yang terbaik bagi usaha yang telah penulis lakukan, namun bukan yang terbaik yang pernah ada, karenanya setiap

sumbangan yang membangun merupakan kontribusi yang akan sangat berarti bagi penulis dan penelitian ini. Semoga tulisan sederhana ini dapat berarti dan bermanfaat bagi penulis, pembaca serta pengembangan ilmu pengetahuan secara umum Amin.

Malang, Juli 2010

Ajeng Asriasa

# DAFTAR ISI

## Halaman

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN 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

## **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	8

## **BAB II : KAJIAN TEORI**

A. Tipe Kepribadian .....	10
1. Pengertian Kepribadian .....	10
2. Struktur Kepribadian .....	13
3. Proses Pembentukan Kepribadian .....	16
4. Macam-macam Tipe Kepribadian .....	19
5. Tipe Kepribadian dalam Perspektif Islam .....	25
B. Minat Aroma Parfum .....	28
1. Pengertian Minat .....	28
2. Jenis-jenis Minat .....	32
3. Faktor yang Mempengaruhi minat .....	34
4. Proses-proses Minat .....	34
5. Minat dalam Pandangan Islam .....	37

C. Hubungan Tipe Kepribadian dengan Minat Aroma Parfum.....	39
D. Hipotesa .....	44

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian .....	45
B. Identifikasi variabel .....	45
C. Definisi Operasional .....	46
D. Populasi dan Sampel .....	47
E. Metode Pengumpulan Data.....	49
F. Prosedur Penelitian .....	56
G. Validitas dan Reliabilitas .....	60
H. Metode Analisis Data.....	63

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Deskripsi Lokasi Penelitian .....	66
B. Hasil analisa data .....	68
C. Pembahasan.....	72

### **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	76

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Populasi dan Sampel .....	48
Tabel 3.2 Blue print Tes EPI .....	50
Tabel. 3.3 Indikator Parfum .....	53
Tabel 3.4 Prosedur Penelitian .....	57
Tabel 4.1 Tipe Kepribadian .....	69
Tabel 4.2 Jumlah Minat Aroma Parfum .....	69
Tabel 4.3 Hasil Jumlah Tipe Kepribadian dan Minat .....	70
Tabel 4.4 Tes <i>chi-Square</i> .....	71
Tabel 4.5 Hasil tes <i>Chi Square</i> .....	71
Tabel 4.6 Hasil Koefisien Kontingensi C .....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Skala Minat Aroma Parfum .....	52
Gambar 3.2 Rumus Tes Chi <i>Square</i> .....	64
Gambar 3.3 Rumus Koefisien kontingensi .....	65

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Tes EPI (Eysenck's Personality Inventory)
2. Skala Minat Aroma Parfum
3. Hasil tes *Chi-Square*
4. Surat Izin Penelitian
5. Bukti konsultasi

## ABSTRAK

Asriasa, Ajeng. 2010. Hubungan Tipe kepribadian dengan Minat Aroma Parfum pada Santri Putri Ma'had Sunan Ampel Al-Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.  
Dosen pembimbing : Retno Mangestuti, M.Si

---

---

**Kata kunci :** Tipe Kepribadian, Minat

Penelitian dengan judul hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum pada santri putri ma'had Sunan ampel Al-Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memakai tes kepribadian EPI untuk mengukur tipe kepribadian dan skala minat untuk mengukur minat aroma parfum. Populasi dan sampel adalah 55 santri putri. Hasilnya dengan memakai tes *chi-square* tidak ada hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum pada santri putri ma'had Sunan Ampel Al-Ali UIN Maliki Malang dengan dibuktikannya bahwa *Chi-square* hitung adalah 3.157 dan *Chi-square* tabel adalah 3.84 karena *Chi-Square* hitung < *Chi-Square* tabel dan nilai *Asymp.Sig* adalah 0.076 atau *probabilitas* diatas 0.05. Maka  $H_0$  diterima atau tidak ada hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum, karena tipe kepribadian ekstrovert yang diteliti banyak yang berminat pada merek parfum dengan aroma kategori introvert dan begitu pula sebaliknya tipe kepribadian introvert banyak yang berminat pada kategori aroma ekstrovert. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat aroma parfum tidak tergantung pada tipe kepribadian seseorang.

## ABSTRACT

Asriasa, Ajeng. 2010. The Correlation Personality Type with Interest Perfume  
Fragrance of students in *Ma'had* Sunan Ampel Al-Ali Islamic  
State University of Malang Maulana Malik Ibrahim  
Advisor : Retno Mangestuti, M.Si

---

---

**Kata kunci :** Personality Type, Interest

The investigation of the Correlation of personality type with an interest in perfume fragrance of students *Ma'had* Sunan Ampel Al-Ali Islamic State University of Malang Maulana Malik Ibrahim uses personality tests (EPI) to measure personality type and scale of interest to measure interest in perfume. Population and sample is the daughter of 55 students. The result by using the chi-square test there is no personality type correlation with students interested of the perfume fragrance in Sunan Ampel Ma'had Ali Al-Maliki UIN Malang by Chi-square test demonstrated that the count is 3157 and the Chi-square table is 3.84 for Chi-Square count < Chi-Square tables and Asymp.Sig value is 0076 or a probability above 0.05. Then  $H_0$  is accepted or there is no correlation personality type with the perfume of interest, because the extrovert who researched much interest in the brand of perfume with scent category introvert and personality types introvert much interested in the flavor category extrovert. So, the conclusion is interest in perfume fragrance it is not depend on the personality type.

مصلحة في علاقة شخصية النوع مع الأميرة رائحة عطر في العلي سانترى. 2010. Asriasa, Ajeng.  
جامعة الدولة الإسلامية إبراهيم مالك مالانغ مولانا Ampel سنن Ma'had  
محاضر : Retno Mangestuti, M.Si

---

---

نوع الشخصية ، والفائدة : كلمات البحث

Ma'had التحقيق في علاقة من نوع السمات التي لها مصلحة في الطلاب ، وأميرة العطور  
الدولة الإسلامية جامعة الملك مالانغ إبراهيم مولانا يستخدم اختبارات الشخصية لقياس Ampel العلي سنن  
النتيجة باستخدام .طالبا 55 السكان والعينة هي ابنة . السمات نوع وحجم الفائدة لقياس الفائدة في العطور  
Ampel اختبار تشي مربع لا توجد علاقة شخصية النوع مع طلاب الراغبين في أميرة العطور سنن  
والجدول تشي مربع هو 3157 المالكي من اختبار تشي مربع أثبتت أن العد UIN علي مالانغ Ma'had  
أعلاه 0.05 أو وجود احتمال 0076 هو Asymp.Sig تشي ساحة الجداول وقيمة <تشني ساحة عد 3.84  
أو عدم وجود علاقة شخصية مع نوع من العطور في المصالح ، لأن النوع من السمات التي H0 ثم يتم قبول  
بحثت الكثير من الاهتمام في نوع من العطور مع فئة رائحة وأنواع العكس بالعكس منطو على ذاته السمات  
مهتمة كثيرا في نكهة منبسط الفنة

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Studi tentang konsumen dan bagaimana perilaku konsumen dalam melakukan transaksi ternyata tidak lepas dari salah satu tahapan, yaitu tahapan minat. Minat adalah salah satu tahapan dalam perilaku konsumen yang memiliki peran yang cukup penting. Menurut Brennan yang dikutip oleh Susanto bahwa ada beberapa tahap secara psikologik untuk mewujudkan tingkah laku membeli, yaitu adanya perhatian, minat, keinginan, keputusan dan perilaku<sup>1</sup>.

Minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Selain itu minat tidak dibawa sejak lahir melainkan diperoleh kemudian<sup>2</sup>.

Definisi diatas mengungkapkan bahwa minat adalah suatu rasa lebih suka terhadap benda, hal atau aktivitas dan tanpa paksaan dari orang lain. Minat adalah salah satu tahapan yang dapat membuat salah satu perilaku konsumtif muncul. Di dalam minat jika dipelajari menurut Cronbach terdapat isyarat yang memberitahukan tentang kepribadian individu dan bagaimana individu tersebut menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Minat ternyata memiliki hubungan

---

<sup>1</sup> Suryani Ningsih, *Hubungan Brand Image (Citra merk) dengan Minat Membeli konsumen Pelembb Pond's White Beauty pada mahasiswa Psikologi UIN Maulana malik Ibrahim Angkatan 2008*, (Malang : UIn Maulana Malik Ibrahim, 2009), hlm. 27

<sup>2</sup> Slameto, *Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, (Jakarta:Rineka cipta, 1988), hlm 182

yang unik dengan tipe kepribadian. Oleh karena itu, dalam psikologi perbedaan karakteristik yang ada pada individu di kategorikan menjadi dua tipe kepribadian.

Tipe-tipe kepribadian manusia dalam psikologi terutama menurut Jung dan Eysenck adalah tipe kepribadian introvert dan tipe kepribadian ekstrovert. Tipe kepribadian introvert adalah tipe dimana orang-orang yang perhatiannya lebih mengarah pada dirinya, atau “akunya” dengan sifat-sifat yang menonjol seperti cenderung atau sering diliputi kekhawatiran, lebih lancar menulis daripada berbicara, lekas malu dan canggung, cenderung bersifat radikal, agak tertutup jiwanya dan lain sebagainya. Sementara itu, tipe kepribadian ekstrovert adalah tipe dimana orang-orang yang perhatiannya lebih diarahkan keluar dirinya, kepada orang-orang lain dan kepada masyarakat, dengan sifat-sifat yang menonjol seperti, lancar dalam bicara, bebas dari kekhawatiran atau kecemasan, tidak lekas malu dan tidak canggung, ramah dan suka berteman dan lain-lain<sup>3</sup>.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kelly yang meneliti tentang tipe-tipe kepribadian yang berhubungan dengan minat seseorang. Bahwa berdasarkan penelitian yang dilakukan, orang-orang akan cenderung berminat pada pekerjaan yang sesuai dengan tipe kepribadiannya. Misalnya saja, orang-orang yang memiliki sifat atau karakteristik kepribadian yang memiliki masalah suka mengkritik diri sendiri atau tidak percaya diri (hal ini termasuk dalam tipe kepribadian introvert) maka akan menemukan kepuasan pada pekerjaan yang monoton seperti ahli kimiawan dan matematikawan. Sementara itu, orang lain yang mendapatkan kepuasan ketika menekankan pentingnya kemampuan dengan diri sendiri dalam bekerja dan orang-orang seperti ini tidak menyukai rutinitas kerja yang sama

---

<sup>3</sup> Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2003), hlm. 316

setiap waktu. Serta, menginginkan hasil atau tugas kerja yang penuh dengan ide asli atau orisinil (hal ini termasuk dalam salah satu sifat dari tipe kepribadian ekstrovet) ternyata memiliki kecenderungan memilih dan berkumpul pada pekerjaan yang memiliki tantangan seperti misalnya seperti tukang kayu, manajer sales, guru seni, dokter dan lain sebagainya.<sup>4</sup>

Selain itu, karakteristik kepribadian yang lain yaitu bagaimana seseorang bersosialisasinya dengan lingkungannya ternyata juga memiliki hubungan dengan minat dalam memilih pekerjaan. Seseorang yang dikategorikan dengan tipe kepribadian ekstrovert dengan salah satu ciri mudah bersosialisasi ternyata rata-rata mereka berkumpul pada pekerjaan-pekerjaan seperti tukang kayu, guru seni, sales manajer, dokter dan lain sebagainya yang lebih sering bertemu dan melakukan kontak dengan orang lain secara aktif. Sementara yang memiliki tipe kepribadian introvert dengan salah satu ciri lebih tertutup dalam pergaulan ternyata banyak yang memilih bekerja sebagai contohnya kimiawan atau matematikawan yang ternyata dalam pekerjaannya memang tidak banyak melakukan kontak sosial secara aktif dalam pergaulan di lingkungannya. Sehingga dapat disimpulkan memang ada hubungan antara tipe kepribadian dengan minat terutama minat memilih pekerjaan yang disukai. Karena dengan mempelajari minat seseorang memberikan isyarat tentang kepribadiannya dan bagaimana individu tersebut bersosialisasi dalam lingkungannya<sup>5</sup>.

Selain itu terdapat penelitian yang meneliti tentang hubungan tipe kepribadian dengan minat khususnya minat memilih pekerjaan juga. Menurut Block dan Petersen menjelaskan penelitian yang menguatkan adanya hubungan

---

<sup>4</sup> Lee j.Cronbach, *Essentials of Psychological Testing*, (New York:Harper and, Row Publisher 1949) ,hlm. 430

<sup>5</sup> Ibid ,,hlm. 430

tipe kepribadian dengan minat terutama minat memilih pekerjaan yang disukainya, yaitu penelitian yang dilakukan di Universitas di California yang meneliti individu yang berminat pada pekerjaan angkatan udara dan kemudian memilih bekerja sebagai perwira angkatan udara.

Bahwa dalam penelitian tersebut terdapat seratus perwira angkatan udara dinilai oleh berbagai macam teknik termasuk tes dan wawancara. Psikolog klinis lalu mencatat respon mereka menurut penilaian yang muncul pada masing-masing individu tersebut, Penilaian tersebut berasal dari tugas mereka untuk menjawab daftar yang diberikan kepada mereka. Daftar tersebut berisi tentang sifat-sifat yang paling sesuai atau melekat dengan diri mereka sendiri. Misalnya, ditemukan deksripsi bahwa mereka memiliki kecenderungan dengan nilai yang sama tingginya dengan profesi sebagai matematikawan yaitu ternyata mereka memiliki rata-rata sifat atau karakteristik sifat-sifat seperti lebih memperhatikan masalah filosofis, introspektif, merasa kurang dalam ketenangan sosial, kurangnya kepercayaan terhadap kemampuan diri, selalu merasa terhina, memiliki reaksi yang buruk terhadap stress, simpatik, dan tidak mencolok<sup>6</sup>.

Maksud dari definisi diatas, bahwa seseorang akan memilih pekerjaan seseuai dengan kepibadiannya. Seseorang yang memilih pekerjaan yang penuh tekanan dan monoton ternyata berkorelasi dengan karakter kepribadian yang dimiliki oleh profesi perwira angkatan udara yang diteliti oleh Block dan Petersen bahwa mereka rata-rata cenderung bertipe kepribadian introvert, dengan ciri-ciri kurangnya kemmapuan dengan diri sendiri, kurangnya ketenangan sosial dan lain sebagainya.

---

<sup>6</sup> Ibid, hlm. 430

Berdasarkan fakta, diatas hal tersebut diaplikasikan oleh pemasar kedalam minat pada aroma parfum. Seperti telah dijelaskan diatas bahwa, mempelajari minat akan memberikan isyarat tentang kepribadian dan bagaimana penyesuaiannya. Maka, oleh pemasar hal tersebut diaplikasikan kedalam minat pada suatu produk.

Pemasar menggunakan konsep kepribadian unuk mengkomunikasikan produknya sehingga memiliki suatu perwakilan diri sesuai dengan kepribadian konsumen yang dituju. Iklan sedan Soluna yang ditayangkan oleh beberapa stasiun televisi selama bulan Mei 2002 menggunakan pendekatan kepribadian dalam iklan tersebut. Iklan tersebut diungkapkan dengan kalimat “*Express Your Confident Personality*”. Iklan sedan BMW itu memberikan informasi bahwa sedan BMW tersebut memiliki tiga kepribadian dengan ungkapan penjelas yaitu “*The triple Personalities*” atau “tiga kepribadian” sedangkan ungkapan lain yang mendukung adalah “*Select your own personalities: elegant, luxurious, dan sporty*” “pilih tipe kepribadianmu: elegan, mewah atau sporty”. Iklan tersebut memberikan keterangan secara jelas bahwa pemasar sangat memahami bahwa konsumen memiliki kepribadian. Pemasar menginginkan bahwa sedan BMW tersebut sesuai dengan atau dapat merefleksikan kepribadian konsumen dengan karakteristik *elegant, luxurious, dan sporty* yang dimiliki konsumen<sup>7</sup>.

Selain itu, produsen dan pemasar mobil BMW, terdapat produk lain yang salah satunya diberikan unsur kepribadian yaitu produk parfum. Terdapat lima kategori aroma parfum yaitu, *floral notes, fresh notes, woody notes, oriental notes, dan aromatic fougere*. Produsen parfum dan pemasar selain membedakan

---

<sup>7</sup> Ujang Sumarwan, *Op.Cit.* hlm 54

atas zat esensial aroma parfum yang terkandung didalamnya, produsen dan pemasar juga memberikan unsur kepribadian pada tiap kategori aroma, sebagai contoh aroma parfum kategori *fresh notes* dengan jenis aroma *citrus*. Sesuai namanya, wewangian ini bersumber dari aroma buah-buahan segar seperti jeruk, lemon, melon, *apricot* atau *raspberry*. Aroma jenis ini mewakili kesan seksi, bugar dan ceria. Sehingga aroma *fruity* merupakan pilihan tepat yang ditujukan bagi kepribadian secara umum optimis dalam kehidupan, aktif, serta penuh tenaga dalam menjalani kehidupan<sup>8</sup>. Selain itu, ada pula aroma parfum kategori *floral notes* dengan jenis aroma *floral* atau bunga sebagai bahan dasarnya, diindikasikan bagi wanita dengan sifat-sifat kepribadian yang feminim dan anggun.<sup>9</sup>

Pemasar meyakini bahwa mempelajari minat seseorang terhadap aroma parfum tertentu akan memberikan isyarat tentang bagaimana kepribadian dari individu yang memakai aroma parfum tertentu, sehingga seseorang yang berkepribadian misalnya introvert akan berminat dan memilih aroma parfum yang dapat memberikan kesan “feminim”, “anggun”, “misterius” dan lain sebagainya. Selain itu, orang yang berkepribadian ekstrovert akan berminat dan memilih aroma yang mewakili dirinya, seperti kesan “petualang sejati”, “ceria” dan lain sebagainya.

Walapun begitu, ternyata setelah dilakukan wawancara terhadap salah satu agen parfum di kota Malang terutama agen parfum, bahwa minat seseorang terhadap aroma parfum ternyata tidak berhubungan dengan bagaimana tipe kepribadian konsumen. Berdasarkan penjualan parfum wanita yang paling diminati adalah parfum *Paris Hilton for women* dari Paris Hilton dan *Lovely* dari

---

<sup>8</sup> [beliparfum.multiply.com/.../Jenis\\_-\\_Jenis\\_wangi\\_parfum](http://beliparfum.multiply.com/.../Jenis_-_Jenis_wangi_parfum), diakses 27 Juni 2010

<sup>9</sup> [www.fashion-era.com/perfumes/perfume\\_addiction.html\(addict choice\)](http://www.fashion-era.com/perfumes/perfume_addiction.html(addict_choice)), diakses 25 Juni 2010

Sarah Jessica Parker. Parfum *Paris Hilton for women* memiliki dasar aroma *fruity aromatic* yang mewakili kesan ceria, ramai, segar ternyata diminati oleh berbagai tipe kepribadian, yang seharusnya hanya diminati oleh tipe kepribadian ekstrovert saja akan tetapi tipe kepribadian introvert juga berminat pada parfum ini.

Selain itu, untuk parfum *Lovely* dari Sarah Jessica Parker yang memiliki dasar aroma *floral* yang berarti karakter aroma parfum yang feminim, anggun, lembut ternyata banyak diminati tidak hanya seseorang yang berkepribadian tenang tetapi orang dengan pembawaan diri yang ramai, cerewet bahkan beberapa konsumen laki-laki juga berminat dan memakai aroma parfum ini.

Berdasarkan fakta diatas ternyata berbanding terbalik dengan teori serta penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa ada hubungan antara tipe kepribadian terhadap minat seseorang. Berdasarkan teori dan penelitian yang ada, bahwa minat memberikan isyarat tentang kepribadian seseorang. Lalu, bagaimana dengan aroma parfum, jika seharusnya *Lovely* dari Sarah Jessica Parker berkarakter aroma introvert maka seharusnya orang-orang yang berminat pada aroma parfum ini adalah hanya orang-orang dengan tipe kepribadian introvert saja, akan tetapi ternyata sejumlah orang-orang dengan tipe kepribadian ekstrovert dengan sifat atau karakter-karakter seperti memiliki pembawaan yang ramai, mudah bersosialisasi, ramah ternyata juga menjadi penggemar fanatik terhadap aroma racikan sang artis Sarah Jessica Parker.

Berdasarkan uraian dari penelitian terdahulu diatas dan melihat fakta-fakta yang ternyata berbanding terbalik dengan teori dan penelitian yang telah ada, maka penulis mencoba meneliti **Hubungan Tipe Kepribadian dengan Minat**

**Aroma Parfum pada Santri Putri Mahad Sunan Ampel Al-Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.**

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana gambaran tipe kepribadian santri putri mahad Sunan Ampel Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
2. Bagaimana minat aroma parfum pada santri putri mahad Sunan Ampel Al- Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?
3. Apakah ada hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum pada santri putri Mahad Sunan Ampel Al- Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang?

**C. Tujuan**

1. Mengetahui gambaran tipe kepribadian santri putri Mahad Sunan Ampel Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Mengetahui minat aroma parfum pada santri putri Mahad Sunan Ampel Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Mengetahui adakah hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum pada santri putri Mahad Sunan Ampel Al- Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

**D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis  
Penulis dapat mempelajari lebih dalam hubungan tipe kepribadian dan minat aroma parfum.

2. Bagi pembaca dan penelitian selanjutnya
  - a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi kemajuan ilmu pengetahuan dalam bidang psikologi konsumen khususnya dalam hal tipe kepribadian dan minat aroma parfum.
  - b. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan bahan pertimbangan bagi penelitian selanjutnya karena informasi dan data yang berhasil dikumpulkan dari penelitian ini nantinya diharapkan akan dapat digunakan bagi penelitian selanjutnya dengan topik yang berkaitan, serta dapat mendukung penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi minat aroma parfum pada mahasiswa disamping dari tipe kepribadian.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### A. Tipe Kepribadian

##### 1. Pengertian kepribadian

Kepribadian (*personality*) merupakan salah satu kajian psikologi yang lahir berdasarkan pemikiran, kajian atau temuan-temuan (hasil praktik penanganan kasus) para ahli. Objek kajian kepribadian adalah “*human behavior*”, perilaku manusia, yang pembahasannya, terkait dengan apa, mengapa, dan bagaimana perilaku tersebut.

Menurut Yusuf dan Nurihsan menjelaskan bahwa kata kepribadian adalah terjemahan dari bahasa Inggris yang berarti *personality*. Kata *personality* sendiri berasal dari bahasa latin yaitu *persona* yang berarti topeng yang digunakan oleh para aktor dalam suatu permainan atau pertunjukkan. Para artis bertingkah laku sesuai dengan ekspresi topeng yang dipakainya, seolah-olah topeng itu mewakili ciri kepribadian tertentu. Sehingga, konsep awal dari pengertian *personality* (pada masyarakat awam) adalah tingkah laku yang ditampakkan ke lingkungan sosial, kesan mengenai diri yang diinginkan agar dapat ditangkap oleh lingkungan sosial<sup>10</sup>.

Menurut Sobur yang mengutip definisi kepribadian dari Allport sebagai berikut

“ *Personality is the dynamic organization within the individual of those psychophysical systems that determine his unique adjustment to his environment*”

---

<sup>10</sup> Yusuf dan Nurihsan, *Teori Kepribadian* (Bandung : PT. Remaja Rosdakarya,2007), hlm.3

Maksud dari definisi dari Alport bahwa kepribadian adalah organisasi-organisasi dinamis dari sistem-sistem psikofisik dalam individu yang turut menentukan cara-caranya yang unik atau khas dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya).<sup>11</sup>

Allport dalam menggunakan istilah “sistem psiko-fisik” bertujuan menjelaskan bahwa “jiwa” dan “raga” manusia merupakan suatu sistem yang terpadu dan tidak dapat dipisahkan satu sama lain, serta diantara keduanya terjadi interaksi dalam mengarahkan tingkah laku. Istilah *khas* dalam definisi kepribadian Allport memiliki artian bahwa setiap individu bertingkah laku dalam caranya sendiri, karena setiap individu memiliki kepribadian sendiri sehingga setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda sehingga tiap orang tidak ada yang bertingkah laku sama.

Yusuf dan Nurihsan juga menjelaskan bahwa kata kepribadian digunakan untuk menggambarkan :

- a. Identitas diri, jati diri seseorang  
Contoh : “Saya seorang yang pendiam”, “ Saya seorang yang terbuka”
- b. Kesan umum seseorang tentang diri anda atau orang lain  
Contoh : “dia agresif” atau “dia jujur”
- c. Fungsi-fungsi kepribadian yang sehat atau bermasalah  
Contoh : “ saya seorang yang baik “ atau “ Dia pendendam”<sup>12</sup>

Menurut Hall dan Lindzey yang dikutip Yusuf dkk mengatakan bahwa kepribadian dapat diartikan sebagai :

- a. Ketrampilan atau kecakapan sosial (*social skill*)

---

<sup>11</sup> Alex Sobur, *Op. Cit.* hlm 300

<sup>12</sup> Yusuf dan Nurihsan, *Op. cit.* hlm.3

- b. Kesan yang paling menonjol, yang ditunjukkan seseorang terhadap orang lain (seperti seseorang yang dikesankan sebagai orang yang agresif atau pendiam )<sup>13</sup>

Woodworth mengemukakan bahwa kepribadian merupakan kualitas tingkah laku total individu<sup>14</sup> . Selain itu, Dashiell mengartikannya sebagai gambaran total tentang tingkah laku yang terorganisasi. <sup>15</sup>

Kepribadian dari Syamsu dkk yang dikutip dari Derlega, Winstead dan Jones mengartikannya sebagai sistem yang relatif stabil mengenai karakteristik individu yang bersifat internal, yang berkontribusi terhadap pikiran, perasaan dan tingkah laku yang konsisten. <sup>16</sup>

Berbagai definisi yang ditawarkan oleh para ahli psikologi, menurut Alwisol ada lima persamaan yang menjadi ciri bahwa definisi itu mengandung suatu definisi kepribadian, yaitu sebagai berikut : <sup>17</sup>

- a. Kepribadian bersifat umum : kepribadian menunjuk kepada sifat umum seseorang – pikiran kegiatan dan perasaan- yang berpengaruh secara sistemik terhadap keseluruhan tingkah lakunya.
- b. Kepribadian bersifat khas: kepribadian dipakai untuk menjelaskan sifat individu yang yang membedakan dia dengan orang lain, semacam tandatangan atau sidik jari psikologik, bagaimana individu berbeda dengan orang lain.
- c. Kepribadian berjangka lama : kepribadian digunakan untuk menggambarkan sifat individu yang tahan lama, tidak mudah berubah sepanjang hidupnya.

---

<sup>13</sup> Ibid, hlm 3

<sup>14</sup> Ibid, hlm 3

<sup>15</sup> Ibid, hlm 3

<sup>16</sup> Ibid, hlm 3

<sup>17</sup> Ibid, hlm. 8

Walaupun terjadi perubahan biasanya bersifat bertahap atau perubahan tersebut akibat merespon sesuatu kejadian yang luar biasa .

- d. Kepribadian bersifat kesatuan: kepribadian dipakai untuk memandang diri sebagai unit tunggal, struktur atau organisasi internal hipotetik yang membentuk kesatuan dan konsisten.
- e. Kepribadian bisa berfungsi baik atau berfungsi buruk. Kepribadian adalah cara bagaimana orang berada di dunia. Apakah individu tersebut dalam tampilan yang baik, kepribadiannya sehat dan kuat, atau tampil dalam keadaan yang baik yang berarti kepribadiannya menyimpang.

Paparan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa, kepribadian adalah suatu totalitas dari tingkah laku khas bagi individu yang bereaksi serta menyesuaikan dirinya terhadap segala rangsangan, baik yang datang dari lingkungannya (dunia luar) maupun yang berasal dari dirinya sendiri dimana kepribadian dapat bersifat umum, merujuk pada sifat umumnya atau sifat khusus yang melekat pada dirinya, berjangka waktu lama, membentuk diri menjadi suatu kesatuan dan dapat berfungsi baik atau buruk pada diri sendiri dan lingkungannya.

## 2. Struktur Kepribadian

Jung sebenarnya tidak membahas struktur kepribadian secara khusus melainkan tentang jiwa. Menurut Jung dalam Syamsu dkk menjelaskan bahwa “*psyche embraces all thought, feeling and behavior, conscious and unconscious*” atau kepribadian itu adalah seluruh pemikiran, perasaan dan perilaku nyata yang disadari maupun yang tidak disadari<sup>18</sup>.

Struktur kepribadian manusia terdiri dari :

---

<sup>18</sup> Yusuf dan Nurihsan, *Op.cit*, hlm. 74

a. Dimensi kesadaran

Dimensi kesadaran adalah penyesuaian terhadap dunia luar individu.

Dimensi kesadaran manusia mempunyai dua komponen pokok yaitu :<sup>19</sup>

1) Fungsi jiwa

Fungsi jiwa ialah bentuk suatu aktivitas kejiwaan yang secara teori tidak berubah dalam lingkungan yang berbeda-beda. Jung membedakan empat fungsi jiwa yang pokok. Pikiran dan perasaan adalah fungsi jiwa yang rasional. Pikiran dan perasaan bekerja dengan penilaian. Penilaian menilai atas dasar benar dan salah. Adapun perasaan menilai atas dasar menyenangkan dan tidak menyenangkan. Kedua fungsi jiwa yang irrasional yaitu pendirian dan intuisi tidak memberikan penilaian, melainkan hanya semata-mata pengamatan. Pendirian mendapatkan pengamatan dengan sadar melalui indra. Adapun intuisi mendapat pengamatan secara tidak sadar melalui naluri. Pada dasarnya setiap manusia memiliki keempat fungsi jiwa itu, akan tetapi biasanya hanya salah satu fungsi saja yang paling berkembang (dominan). Fungsi yang paling berkembang itu merupakan fungsi superior dan menentukan tipe kepribadian orangnya. Jadi ada tipe pemikir, tipe perasa, tipe pendirian dan tipe intuitif.

2) Sikap jiwa

Sikap jiwa ialah arah dari energi psikis atau libido yang menjelma dalam bentuk orientasi manusia terhadap dunianya. Arah aktivitas energi psikis itu dapat keluar ataupun ke dalam diri individu. Begitu juga arah orientasi manusia terhadap dunianya, dapat keluar atau pun ke dalam

---

<sup>19</sup> Ibid, hlm 74

dirinya. Tiap orang mengadakan orientasi terhadap sekelilingnya berbeda satu sama lain.

Berdasarkan atas sikap jiwanya, manusia dapat digolongkan menjadi dua tipe yaitu :

- a) Manusia yang bertipe ekstroversi
- b) Manusia yang bertipe introversi.

b. Dimensi ketidaksadaran adalah suatu dimensi yang melakukan penyesuaian terhadap dunia dalam individu. Dimensi ketidaksadaran kepribadian seseorang mempunyai dua lingkaran yaitu :<sup>20</sup>

1) Ketidaksadaran pribadi

Ketidaksadaran pribadi berisi hal yang diperoleh individu selama hidupnya namun tertekan dan terlupakan. Ketidaksadaran pribadi terdiri dari pengalaman yang disadari tetapi kemudian di tekan, dilupakan, diabaikan serta pengalaman yang terlalu lemah untuk menciptakan kesan sadar pada pribadi seseorang.

Ketidaksadaran pribadi berisi hal yang teramati, terpikirkan dan dirasakan dibawah ambang kesadaran. Ketidaksadaran pribadi berisi kompleks (konstelasi) perasaan, pikiran, persepsi, ingatan yang terdapat dalam ketidaksadaran pribadi. Kompleks memiliki inti yang bertindak sebagai magnet menarik berbagai pengalaman ke arahnya.

2) Ketidaksadaran kolektif

Ketidaksadaran kolektif atau transpersonal adalah gudang bekas ingatan laten yang diwariskan dari masa lampau leluhur seseorang.

---

<sup>20</sup> Ibid. hlm 79

Ketidaksadaran kolektif adalah sisa psikis perkembangan evolusi manusia yang menumpuk akibat dari pengalaman yang berulang selama banyak generasi.

Menurut Eysenck yang dikutip oleh Sumadi Suryabrata menjelaskan bahwa struktur kepribadian terdiri dari : <sup>21</sup>

- a. *Specific Response*, yaitu tindakan atau respon yang terjadi pada suatu keadaan atau kejadian tertentu, jadi khusus sekali.
- b. *Habitual response* mempunyai corak yang lebih umum daripada *specific response*, yaitu respon-respon yang berulang-ulang terjadi kalau individu menghadapi kondisi atau situasi yang sejenis.
- c. *Trait*, yaitu sementara habitual response yang paling berhubungan satu sama lain yang cenderung ada pada individu tertentu.
- d. *Type*, yaitu organisasi di dalam individu yang lebih umum, lebih mencakup lagi.

Jadi, jika ditarik kesimpulan bahwa Jung tidak membahas struktur kepribadian secara khusus akan tetapi yang dibahas adalah pengertian tentang jiwa. Selain itu menurut Eysenck bahwa struktur kepribadian terdiri dari empat bagian, yaitu *specific response*, *habitual response*, *trait*, *type*.

### 3. Proses Pembentukan Kepribadian

Menurut Sobur kepribadian merupakan suatu kesatuan aspek jiwa dan badan, yang menyebabkan adanya kesatuan dalam tingkah laku dan tindakan seseorang, hal ini disebut integrasi. Integrasi dari pola-pola kepribadian yang

---

<sup>21</sup> Sumadi Suryabrata, *Psikologi Kepribadian*, (Jakarta :PT Raja Grafindo Persada,1966), hlm. 291

dibentuk oleh seseorang dan pembentukan pola kepribadian ini terjadi melalui proses interaksi dalam dirinya sendiri, dengan pengaruh –pengaruh dari lingkungan luar.<sup>22</sup>

Menurut Murray bahwa faktor-faktor genetika dan pematangan mempunyai peranan penting dalam perkembangan kepribadian. Setiap masa perkembangan manusia atau seseorang terjadi proses-proses genetik pematangan. Selama masa pertama, yaitu masa kanak-kanak, adolesen dan masa dewasa awal, komposisi struktural baru muncul dan menjadi bertambah banyak. Masa usia setengah baya ditandai oleh rekomposisi konservatif atas struktur dan fungsi yang telah muncul. Selama masa terakhir, masa usia lanjut, kapasitas untuk membentuk komposisi baru menjadi berkurang. Sebaliknya, atrofi dari bentuk dan fungsi yang ada menjadi meningkat. Dalam setiap periode, terdapat banyak program peristiwa tingkah laku dan pengalaman yang lebih kecil yang berlangsung di bawah bimbingan proses pematangan yang dikontrol secara genetis.<sup>23</sup>

Lingkungan menurut Sobur juga berpengaruh dalam proses pembentuk kepribadian anak. Dalam hubungan pengaruh mempengaruhi, terlihat bahwa anak dalam perkembangan dirinya memperlihatkan sifat-sifat yang tertuju pada lingkungan. Lingkungan menerima sifat tersebut dan memperlihatkan reaksi yang dibentuk atas dasar sifat-sifat, penampilan anak, dan pengolahan lingkungan itu. Jadi, lingkungan juga berubah dan memperlihatkan proses perubahan. Lingkungan yang berubah itu memberikan juga perangsang pada anak, yang berpengaruh terhadap perkembangan anak khususnya perkembangan pembentukan kepribadian. Dengan demikian, anak yang berkembang memberikan penampilan

---

<sup>22</sup> Alex Sobur, *Op.cit.* hlm. 313

<sup>23</sup> *Ibid*, hlm. 313

pada lingkungan pada satu pihak dan di pihak lain menerima penampilan lingkungan yang mengubahnya.<sup>24</sup>

Menurut Yusuf dan Nurihsan menjelaskan bahwa secara garis besar ada dua faktor utama yang mempengaruhi proses pembentukan dan perkembangan kepribadian, yaitu faktor hereditas (*genetika*) dan faktor lingkungan (*environment*), yaitu :

a. Faktor genetika (pembawaan) Faktor genetika menjelaskan bahwa kepribadian juga dapat dipengaruhi oleh salah satu faktor tersebut. Bermula adanya hereditas individu yang akan lahir dibentuk oleh 23 kromosom (pasangan x x) dari ibu, dan 23 kromosom (pasangan x y) dari ayah. Berbagai studi tentang perkembangan prenatal (sebelum kelahiran atau masa dalam kandungan) menunjukkan bahwa kemampuan menyesuaikan diri terhadap kehidupan setelah kelahiran (*post natal*) berdasar atau bersumber pada masa konsepsi. Kepribadian sebenarnya tidak mendapat pengaruh langsung dari gen dalam pembentukannya, karena yang dipengaruhi gen secara langsung adalah: kualitas system syaraf, keseimbangan biokimia tubuh

b. Struktur tubuh

Walapun begitu, bahwa fungsi hereditas dalam kaitannya dengan perkembangan kepribadian adalah sebagai :

- 1) Sumber bahan mentah (*raw materials*) kepribadian seperti fisik, intelegensi, dan temperamen.
- 2) Membatasi perkembangan kepribadian (meskipun kondisi lingkungannya sangat baik atau kondusif, perkembangan

---

<sup>24</sup> Ibid, hlm. 313

kepribadian itu tidak dapat melebihi kapasitas atau potensi hereditas) dan mempengaruhi keunikan kepribadian.<sup>25</sup>

Menurut C.S Hall, dimensi-dimensi temperamen seperti emosional, aktivitas, agresifitas dan reaktivitas bersumber dari plasma benih (gen) demikian juga halnya dengan intelegensi.<sup>26</sup>

Sehingga jika ditarik suatu kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mendorong proses pembentukan dan perkembangan kepribadian adalah faktor hereditas (pembawaan atau gen) dan juga ditambah faktor lingkungan.

#### 4. Macam-macam tipe kepribadian

Tipe kepribadian berasal dari kata tipe dan kepribadian. Tipe menurut Eysenck sebagai “ *an observed constellation of syndrome of traits*” dan diartikan bahwa tipe lebih luas daripada sifat, dan mencakup sifat sebagai komponennya<sup>27</sup>. Tipe atau *type* adalah organisasi didalam individu yang lebih umum, lebih mencakup lagi<sup>28</sup>. Tipe adalah sekumpulan dari karakter kepribadian individu.

Jadi, definisi secara singkat tentang tipe kepribadian adalah suatu sekumpulan dimensi-dimensi primer dari kepribadian yang diklafikasikan menurut sifat-sifat yang dapat diselidiki dan diuji kebenarannya mengenai perilaku unik individu.

Tipe kepribadian dibagi menjadi dua macam, yaitu tipe kepribadian introvert dan tipe kepribadian ekstrovert sebagai berikut :

##### a. Tipe Kepribadian introvert

---

<sup>25</sup> Yusuf dan Nurihsan, *Op.cit.* hlm 20

<sup>26</sup> Ibid, hlm. 20

<sup>27</sup> Sumadi Suryabrata, *Op.Cit.*, hlm.290

<sup>28</sup> Ibid,hlm. 291

Menurut Jung bahwa orang-orang yang termasuk dalam penggolongan tipe introvert adalah orang-orang yang perhatiannya lebih mengarah pada dirinya.<sup>29</sup>

Hal ini hampir sama dengan yang diungkapkan Nuqul bahwa manusia dalam memandang obyek yang ada disekitarnya pertama-tama mementingkan dirinya dahulu. Orang yang termasuk dalam penggolongan tipe ini sukar menyesuaikan diri terhadap lingkungannya. Bagi dirinya yang primer, obyek yang ada disekitarnya atau masyarakat dianggap sekunder. Orang macam ini menghendaki lingkungan menyesuaikan kepada dirinya. Orang ini disebut dengan orang introvert dengan gejala yang disebut introversi.<sup>30</sup>

Menurut Eysenck bahwa orang-orang yang introversi memperlihatkan kecenderungan untuk mengembangkan gejala-gejala ketakutan dan depresi, ditandai oleh kecenderungan obsesi mudah tersinggung, apatis, syaraf otonom mereka labil. Menurut pernyataan mereka sendiri bahwa perasaan mereka, mudah merasa gugup, menderita rasa rendah diri, mudah melamun, sukar tidur. Intelegensi mereka relatif tinggi, perbendaharaan kata-kata baik, dan cenderung untuk tetap pada pendirian keras kepala. Umumnya mereka teliti tetapi lambat. Taraf aspirasi mereka tinggi tetapi ada kecenderungan untuk menaksir rendah presasi sendiri. Mereka agak kaku (tegar) dan memperlihatkan “*intra-personal variability*” yang kecil. Pilihan mereka mengenai kesenian teruju kepada gambar-gambar yang tenang dan model lama. Mereka kurang suka pada lelucon, terlebih-lebih lelucon mengenai seks.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Ibid, hlm. 316

<sup>30</sup> Fathul Lubabin Nuqul, *Hubungan antara Tipe kepribadian dengan Sikap Percaya terhadap Paranormal*, Laporan Penelitian Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (tidak dipublikasikan), Malang 2004, hlm 15

<sup>31</sup> Sumadi Suryabrata, *Op.Cit*, hlm.293

Berdasarkan teori Jung yang menyatakan beberapa ciri orang yang introvert, yaitu terutama dalam keadaan emosional atau konflik. Orang dengan kepribadian ini cenderung untuk menarik diri dan menyendiri. Mereka lebih menyukai pemikiran sendiri daripada berbicara dengan orang lain. Mereka cenderung berhati-hati, pesimis, kritis, dan selalu berusaha mempertahankan sifat-sifat baik untuk diri mereka sendiri sehingga dengan sendirinya mereka sulit dimengerti. Mereka seringkali memiliki banyak pengetahuan atau mengembangkan bakat di atas rata-rata dan mereka hanya dapat menunjukkan bakat mereka di lingkungan yang menyenangkan.

Crow dan Crow juga menguraikan sifat-sifat dari orang introvert sebagai berikut yaitu lebih lancar menulis daripada berbicara, cenderung atau sering diliputi kekhawatiran, lekas malu dan canggung, cenderung bersifat radikal, suka membaca buku-buku dan majalah, lebih dipengaruhi oleh perasaan-perasaan subjektif, agak tertutup jiwanya, lebih senang bekerja sendiri, sangat menjaga atau berhati-hati terhadap penderitaan dan miliknya, sukar menyesuaikan diri dan kaku dalam pergaulan.<sup>32</sup>

Setelah mengetahui pendapat dari beberapa ahli yang telah disebutkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa orang-orang dengan tipe kepribadian introvert adalah tipe kepribadian dimana orientasi perhatian individu lebih lebih kuat tertuju kedalam dirinya sendiri. Pikiran, perasaan dan tindakannya terutama ditentukan oleh faktor subjektif. Walaupun mereka juga memberikan perhatian kepada dunia diluar dirinya, tetapi hal tersebut dilakukan lebih selektif dan hati-hati. Tipe ini menampilkan penyesuaian dirinya sehari-sehari dengan sifat-sifat

---

<sup>32</sup> Alex Sobur, *Op.cit*, hl. 316

agak tertutup jiwanya, cenderung penyendiri, tidak ramah, sukar menyesuaikan diri atau kaku dalam pergaulan, hati-hati dan dapat menguasai diri.

#### b. Tipe kepribadian ekstrovert

Menurut Jung yang dikutip dari Sobur memuat pembagian tipe kepribadian manusia yang dilihat dengan cara membagi arah perhatian manusia, salah satunya adalah arah perhatian manusia yang tertuju ke luar dirinya yang disebut ekstrovert. Jika arah perhatian manusia yang terkuat mengarah keluar dirinya, maka itulah yang menentukan tipe orang itu yaitu tipe ekstrovert.<sup>33</sup>

Seperti yang dikatakan Jung dan dikutip Purwanto bahwa tipe ekstrovert adalah orang-orang yang perhatiannya lebih diarahkan ke luar dirinya, kepada orang-orang lain dan kepada masyarakat.<sup>34</sup>

Sujanto yang dikutip oleh Nuqul juga hampir sependapat dengan pernyataan sebelumnya bahwa bagi orang yang termasuk dalam tipe ini menganggap bahwa obyek di luar dirinya menjadi primer, orang itu sendiri menganggap dirinya sekunder. Gejala yang dinamakan disebut ekstroversi, orang nya disebut dengan ekstrovert.<sup>35</sup>

Orang-orang yang termasuk dalam golongan tipe ekstrovert mempunyai sifat-sifat seperti : berhati terbuka, lancar dalam pergaulan, ramah, penggembira, kontak dengan lingkungan besar sekali. Mereka mudah mempengaruhi dan mudah dipengaruhi lingkungannya.<sup>36</sup>

---

<sup>33</sup> Alex sobur, *Op. cit.* hlm. 316

<sup>34</sup> Ibid, hlm 316

<sup>35</sup> Fathul Lubabin Nuqul, *Op.Cit*, hlm 14

<sup>36</sup> Alex Sobur, *Loc.Cit*, hlm.316

Eysenck juga mengatakan dalam teorinya, bahwa ekstrovert adalah satu ujung dari dimensi kepribadian introversi – ekstroversi sebagai orang yang ramah dalam pergaulan, banyak teman, sangat memerlukan kegembiraan, ceroboh, impulsif. Secara lebih rinci dijabarkan dengan mudah marah, gelisah, agresif, mudah menerima rangsang, berubah-ubah, *impulsive*, aktif, optimis, suka bergaul, ramah, banyak bicara, mau mendengar, menggampangkan, lincah, riang.<sup>37</sup>

Selain itu. Eysenck juga menjelaskan bahwa orang-orang ekstrovert (*neurotic*) memperlihatkan kecenderungan untuk mengembangkan gejala-gejala histeris. Selanjutnya mereka memperlihatkan sedikit energi, perhatian yang sempit, sejarah kerja yang kurang baik. Menurut pernyataan mereka sendiri, mereka mendapat kesukaran karena gagap, gampang terkena kecelakaan, sering tak masuk kerja karena sakit, tak puas, merasa sakit-sakitan. Intelegensi mereka relatif rendah, perbendaharaan kata-kata kurang, dan mereka punya kecenderungan untuk tidak tetap pendirian. Umumnya mereka cepat tetapi tidak teliti. Taraf aspirasi mereka rendah tetapi mereka menilai prestasi sendiri berlebih-lebihan. Mereka tidak begitu kaku dan memperlihatkan “*intra-personal variability*” yang besar. Pilihan mereka mengenai kesenian tertuju kepada gambar-gambar yang berwarna dan model baru. Mereka suka lelucon, terlebih-lebih lelucon mengenai seks.<sup>38</sup>

Menurut Eysenck orang ekstrovert memiliki kendali diri yang kuat. Ketika di hadapkan pada rangsangan-rangsangan traumatik, seperti misalnya tabrakan mobil. Setelah mengalami kecelakaan mobil, orang ekstrovert mungkin akan “melupakan” apa yang dialaminya dan meminta orang lain agar berhati-hati

---

<sup>37</sup> Fathul Lubabin Nuqul, *Op.cit*, hlm. 15

<sup>38</sup> Sumadi Suryabrata, *Op.Cit*, hlm. 294

mengendarai mobil. Karena orang ini tidak terlalu merasakan dampak kejadian itu, sehingga bisa jadi keesokan harinya dia sudah siap mengendarai mobil lagi.

Crow dan Crow menguraikan lebih terperinci sifat-sifat dari tipe ekstrovet, yaitu : lancar dalam bicara , bebas dari kekhawatiran atau kecemasan, tidak lekas malu dan tidak canggung, umumnya bersifat konservatif, mempunyai minat pada atletik, dipengaruhi oleh data objektif, ramah dan suka berteman, suka bekerjasama bersama orang lain, kurang memertdulikan penderitaan dan milik sendiri, mudah menyesuaikan diri dan luwes.<sup>39</sup>

Dari pendapat Eysenck dan Jung dapat disimpulkan bahwa tipe kepribadian ekstrovert adalah tipe kepribadian dimana orientasi perhatian individu lebih lebih kuat tertuju keluar dirinya, kepada orang lain dan masyarakat sekitar. Pikiran, perasaan dan tindakannya terutama ditentukan oleh lingkungannya. Oleh karena itu mereka mudah terpengaruh oleh lingkungannya dan juga mudah mempengaruhi lingkungan disekitarnya. Tipe ini menampilkan penyesuaian dirinya sehari-sehari dengan sifat-sifat terbuka, lancar dalam pergaulan, ramah, aktif mudah tersinggung menganggap remeh sesuatu hal, dan ceroboh.

Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa tipe kepribadian adalah suatu sekumpulan dimensi-dimensi primer dari kepribadian yang diklafikasikan menurut sifat-sifat yang dapat diselidiki dan diuji kebenarannya mengenai perilaku unik individu.

Tipe kepribadian ekstrovert adalah tipe kepribadian dimana orientasi perhatian individu lebih lebih kuat tertuju keluar dirinya, kepada orang lain dan

---

<sup>39</sup> Alex Sobur, *Op.cit*, hlm 316

masyarakat sekitar. Pikiran, perasaan dan tindakannya terutama ditentukan oleh lingkungannya. Oleh karena itu mereka mudah terpengaruh oleh lingkungannya dan juga mudah mempengaruhi lingkungan disekitarnya. Tipe ini menampilkan penyesuaian dirinya sehari-sehari dengan sifat-sifat terbuka, lancar dalam pergaulan, ramah, aktif mudah tersinggung menganggap remeh sesuatu hal, dan ceroboh.

Sedangkan tipe kepribadian introvert adalah dimana orientasi perhatian individu lebih lebih kuat tertuju kedalam dirinya sendiri. Pikiran, perasaan dan tindakannya terutama ditentukan oleh faktor subjektif. Walaupun mereka juga memberikan perhatian kepada dunia diluar dirinya, tetapi hal tersebut dilakukan lebih selektif dan hati-hati. Tipe ini menampilkan penyesuaian dirinya sehari-sehari dengan sifat-sifat agak tertutup jiwanya, cenderung penyendiri, tidak ramah, sukar menyesuaikan diri atau kaku dalam pergaulan, hati-hati dan dapat menguasai diri.

#### 4. Tipe Kepribadian dalam Perspektif Islam

Islam menjelaskan bahwa kepribadian lebih dikenal dengan istilah *syakhshiyah* yang berasal dari kata *syakhsun* yang berarti pribadi. Kata ini kemudian diberi ya' nisbat sehingga menjadi kata benda buatan *syakhshiyat* yang berarti kepribadian<sup>40</sup>. Abdul Mujib (1999:133) menjelaskan bahwa kepribadian adalah “ integrasi system kalbu, akal dan nafsu manusia yang menimbulkan tingkah laku”.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Syamsu Yusuf LN, A. Juntika Nurihsan, *Op.cit*, hlm 212

<sup>41</sup> *Ibid*, hlm. 213

Menurut Yusuf dan Nurihsan bahwa tipe kepribadian manusia dikelompokkan menjadi tiga macam, yaitu : tipe kepribadian mukmin, tipe kepribadian tipe kepribadian kafir, tipe kepribadian munafik.

Seperti yang dijelaskan dalam Al-Quran bahwa dalam membagi dan mengelompokkan kepribadian manusia, memandang dari sudut keimanan setiap insan manusia. Manusia tidak dinilai dari warna kulit , suku, asal negara tetapi berdasarkan tingkat dan derajat ketakwaannya.

Sebagaimana yang telah dijelaskan dalam Al-Quran surat Al-Hujuraat:13 ditegaskan bahwa :<sup>42</sup>

يَتَأْتِيهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ  
لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتَقْوَاهُ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾

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

Selain itu Allah swat juga menjelaskan selain terdapat umatnya yang beriman, ada pula yang kafir. Dalam Al-Quran surat At-Taghaabun ayat 2 yang berbunyi :

هُوَ الَّذِي خَلَقَكُمْ فَمِنْكُمْ كَافِرٌ وَمِنْكُمْ مُّؤْمِنٌ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ ﴿٢﴾

---

<sup>42</sup> Departemen Agama, *al-Qur'an dan terjemahannya* , At-taghabun : 2

Artinya: “*Dia-lah yang menciptakan kamu Maka di antara kamu ada yang kafir dan di antaramu ada yang mukmin. dan Allah Maha melihat apa yang kamu kerjakan*”.

Al-quran juga telah menjelaskan bahwa seseorang yang berkepribadian mukmin memiliki ciri-ciri seperti percaya dan beriman kepada yang ghaib, menunaikan sholat dan menafkahkan sebagian rejekinya.

Seperti yang dijelaskan dalam firman Allah swt dalam Surat Al-Baqarah ayat 3- 4 yaitu : <sup>43</sup>

الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ وَيُقِيمُونَ الصَّلَاةَ وَمِمَّا رَزَقْنَاهُمْ يُنْفِقُونَ ﴿٣﴾ وَالَّذِينَ  
يُؤْمِنُونَ بِمَا أُنزِلَ إِلَيْكَ وَمَا أُنزِلَ مِن قَبْلِكَ وَبِالْآخِرَةِ هُمْ يُوقِنُونَ ﴿٤﴾

Artinya : (yaitu) mereka yang beriman kepada yang ghaib, yang mendirikan shalat, dan menafkahkan sebahagian rezki yang Kami anugerahkan kepada mereka. Dan mereka yang beriman kepada kitab (Al Quran) yang telah diturunkan kepadamu dan Kitab-Kitab yang telah diturunkan sebelumnya, serta mereka yakin akan adanya (kehidupan) akhirat.

Surat diatas menjelaskan bahwa tipe kepribadian mukmin beberapa yang telah disebutkan pada surat Al Baqarah ayat 3-4 adalah tentang mendirikan sholat, mempercayai hal ghaib, percaya kepada kitab-kitab yang telah diturunkan dan yakin dengan adanya akhirat. Selain itu, tipe kepribadian mukmin tidak hanya dilihat dari sisi akidahnya akan tetapi bagaimana membina hubungan sosialnya dengan umat manusia lain disekitarnya.

Al-qur'an telah menjelaskan tentang tipe-tipe kepribadian manusia yang dipandang dari sudut keimanan manusia, yang dibagi menjadi tiga tipe yaitu tipe mukmin, tipe kafir dan tipe munafik, sehingga Allah swt tidak pernah memandang

---

<sup>43</sup> Ibid, al-baqarah:3-4

perbedaan bahasa, suku, bangsa, warna kulit pada setiap manusia yang ada di muka bumi akan tetapi tingkat berimannya serta menjauhi larangannya dan melakukan perintah-Nya yang dinilai oleh Allah swt dan diangkat derajatnya oleh Allah swt.

## **B. Minat Aroma Parfum**

### **1. Pengertian Minat**

Minat menurut Stiggins merupakan salah satu dimensi dari aspek afektif yang banyak berperan juga dalam kehidupan seseorang, Aspek afektif adalah aspek yang mengidentifikasi dimensi-dimensi perasaan dari kesadaran emosi, disposisi, dan kehendak yang mempengaruhi pikiran dan tindakan seseorang<sup>44</sup>.

Stiggins menjelaskan bahwa dimensi aspek afektif mencakup tiga hal penting, yaitu : a. berhubungan dengan perasaan mengenai objek yang berbeda, b. perasaan-perasaan tersebut memiliki arah yang dimulai dari titik netral ke dua kubu yang berlawanan, titik positif dan titik negatif, c. berbagai perasaan memiliki intensitas yang berbeda, yang dimulai dari kuat ke sedang ke lemah.<sup>45</sup>

Sependapat dengan yang diungkapkan oleh Ahmadi yang mengungkapkan bahwa minat (*interest*) adalah jika seseorang yang tertuju pada suatu obyek sebenarnya dimulai dengan adanya minat terhadap hal tersebut. Minat adalah sikap jiwa orang seorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, emosi), yang tertuju pada sesuatu, dan dalam hubungan itu unsur perasaan yang kuat.<sup>46</sup>

Dalam kenyataan yang terjadi, minat dan perhatian terkadang mengalami kerancuan, untuk menghindari kerancuan perlu diketahui dari definisi perhatian. Perhatian adalah keaktifan jiwa yang diarahkan kepada sesuatu obyek tertentu. Di

---

<sup>44</sup> Muhammad Afzan Abadi, *meningkatkan Minat Baca Pada Anak*, Skripsi Ilmu Perpustakaan dan Informai Islam Fakultas Adab Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, (Online), [http:// almaipii.multiply.com/journal](http://almaipii.multiply.com/journal), diakses 26 april 2010).

<sup>45</sup> Ibid, ( <http:// almaipii.multiply.com/journal> diakses 26 april 2010).

<sup>46</sup> Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, ( Jakarta: Pt. Rineka Cipta, 19980) hlm. 151

dalam gejala perhatian, ketiga fungsi jiwa yang berada di dalam minat pun akan tetapi unsur pikiranlah yang terkuat pikirannya. Antara minat dan perhatian selalu berhubungan dalam praktek. Apa yang menarik minat dapat menyebabkan adanya perhatian dan apa yang menyebabkan adanya perhatian kita terhadap sesuatu tentu disertai minat.<sup>47</sup>

Kata minat berasal dari terjemahan kata bahasa inggris yang berarti *interest* yang berarti menarik atau tertarik. Kamus psikologi memberikan definisi tentang minat atau *interest* adalah:

- a. Satu sikap yang berlangsung terus menerus yang memolakan perhatian seseorang, sehingga membuat dirinya jadi selektif terhadap objek minatnya
- b. Perasaan yang menyatakan bahwa satu aktivitas, pekerjaan atau objek itu berharga atau berarti bagi individu,
- c. Satu keadaan motivasi, atau set motivasi, yang menuntun tingkah laku menuju satu arah (sasaran) tertentu.<sup>48</sup>

Minat menurut Witherington adalah kesadaran seseorang, bahwa suatu obyek, seseorang suatu soal atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya.<sup>49</sup>

Slameto memberikan definisi minat adalah suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu dipelajari dan mempengaruhi belajar selanjutnya serta

---

<sup>47</sup> *Ibid*, hlm 152

<sup>48</sup> J.P Chaplin, *kamus lengkap psikologi*, (Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada, 1968), 255

<sup>49</sup> H.C Witherington, *Op.Cit* , hlm. 122

mempengaruhi penerimaan minat-minat baru. Jadi minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya. Walaupun minat terhadap sesuatu hal tidak merupakan hal yang hakiki untuk dapat mempelajari hal tersebut, asumsi umum menyatakan bahwa minat akan membantu seseorang mempelajarinya.<sup>50</sup>

Crow dan Crow memberikan arti bahwa minat bisa berhubungan dengan daya gerak yang mendorong kita untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda atau kegiatan ataupun bisa sebagai pengalaman yang efektif yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Dengan kata lain, minat dapat menjadi sebab kegiatan dan sebab partisipasi dalam kegiatan. Arah pikiran seseorang barulah terpengaruh kalau minat kita sendiri berhubungan dengan situasi yang kita temui sendiri.<sup>51</sup>

Djaali menarik kesimpulan bahwa minat dapat diekspresikan melalui pernyataan yang menunjukkan bahwa siswa lebih menyukai suatu hal daripada hal lainnya, dapat pula dimanifestasikan melalui partisipasi dalam suatu aktivitas. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian.<sup>52</sup>

Minat menurut As'ad adalah sikap yang membuat orang senang akan obyek situasi atau ide-ide tertentu. Hal ini diikuti perasaan senang dan kecenderungan untuk mencari obyek yang disenangi itu.<sup>53</sup>

Minat menurut Strong yang dikutip oleh Murphy dan Davidshofer memberikan definisi tentang minat yaitu *an interest as "a response of liking"* atau minat adalah "suatu respon kegembiraan atau kesukaan".<sup>54</sup>

---

<sup>50</sup> Slameto, *Op.Cit* hlm 182

<sup>51</sup> Crow dan Crow, *Psikologi Pendidikan*, (Yogyakarta: Nur Cahaya , 1989), hlm. 302

<sup>52</sup> Djaali, *Psikologi Pendidikan* , (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006), hlm 121

<sup>53</sup> Moh. As'ad, *Seri Ilmu Sumber daya Manusia, Psikologi Industri*, ( Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 1978), hlm 6

Pendapat-pendapat dari para ahli psikologi yang mencoba menerangkan arti dari minat, ternyata memiliki garis besar yang mencakup dua garis besar, yaitu :<sup>55</sup>

- a. *“an interest is not a separate psychological entity but merely one of several aspects of behavior. Consequently measurement of one interest is not a complete measurement of a unit behavior”*

Suatu minat bukanlah suatu bagian dari psikologis tetapi hanya satu dari beberapa aspek-aspek dari tingkah laku.

- b. *“an interest is an expression of satisfaction but not necessarily of efficiency. Liking golf does not necessarily mean that I play well”*

Suatu minat adalah suatu ekspresi dari kepuasan dan tidak memerlukan suatu ketangkasan atau kemampuan. Sebagai contoh, menyukai olahraga golf tidak berarti harus mampu bermain golf dengan baik.

Paparan diatas dapat disimpulkan bahwa minat adalah Minat adalah suatu respon lebih suka dan keterikatan yang besar pada suatu obyek, hal, aktivitas atau situasi yang menimbulkan rasa senang tanpa ada yang menyuruh dan dalam keadaan sadar. Jika individu merasa berminat, maka akan cenderung untuk mendekati dan berurusan dengan hal, obyek, aktivitas atau apapun yang membuat individu merasa senang.

Minat pada penelitian ini adalah minat aroma parfum. Suatu respon lebih suka dan ketertarikan yang besar pada suatu aroma parfum yang menimbulkan rasa senang dalam kondisi sadar dan tanpa ada paksaan dari pihak manapun. Jika individu merasa berminat, maka akan ada kecenderungan untuk mendekati dan mencari aroma parfum yang disenangi.

---

<sup>54</sup> Murphy dan Davidshofer, *Psychological Testing Principles and Applications*, (New Jersey: Pearson education, Inc., Upper saddle River, 1991), hlm. 38

<sup>55</sup> *Ibid*, hlm 23

## 2. Jenis-jenis Minat

Witherington menggolongkan minat menjadi dua macam, yaitu:

### a. Minat primitif (biologis)

Minat yang berhubungan dengan kebutuhan secara langsung untuk dapat memuaskan dorongan dalam mempertahankan kehidupan, seperti pemenuhan kebutuhan pokok yaitu : makanan, kenyamanan dan kebebasan untuk hidup.

### b. Minat kultural (Sosial)

Minat yang berhubungan dengan hasil dari proses belajar dan pengalaman.<sup>56</sup>

Menurut Shaleh dan Wahab menggolongkan minat menjadi beberapa jenis, yaitu :<sup>57</sup>

- a. Berdasarkan timbulnya, minat dapat dibedakan menjadi minat primitif dan minat kultural. Minat primitif adalah minat yang timbul karena kebutuhan psikologis atau jaringan-jaringan tubuh, misalnya kebutuhan akan makanan, perasaan enak atau nyaman, kebebasan beraktifitas dan seks. Minat kultural atau sosial, adalah minat yang timbul karena proses belajar, minat ini tidak secara langsung.
- b. Berdasarkan arahnya, minat dibedakan menjadi minat intrinsik dan ekstrinsik. Minat intrinsik adalah minat yang langsung berhubungan dengan aktifitas itu sendiri, hal ini merupakan minat yang asli atau lebih mendasar. Misalnya seseorang belajar karena memang senang membaca dan memperoleh

---

<sup>56</sup> H.C Witherington, *Op.cit*, hlm.123

<sup>57</sup> Devi Muliawati, *Hubungan Sugesti tentang Suntik HIV/AIDS dengan Minat Konsumen Mengunjungi Matos*, Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (tidak dipublikasikan), Malang: 2007, hlm 33

pengetahuan bukan karena ingin mendapatkan pujian atau penghargaan. Minat ekstrinsik adalah minat yang berhubungan dengan tujuan akhir dari kegiatan tersebut, tujuannya sudah tercapai ada kemungkinan minat tersebut hilang. Contohnya, seseorang belajar dengan tujuan agar menjadi juara kelas.

c. Berdasarkan cara mengungkapkan minat dapat dibedakan menjadi empat yaitu:

1) *Ekspressed Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara meminta subyek untuk menyatakan atau menuliskan kegiatan-kegiatan baik berupa tugas maupun bukan tugas yang disenangi dan tidak disenangi. Dari jawabannya dapat diketahui minatnya.

2) *Manifest Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan cara mengobservasi atau melakukan pengamatan secara langsung terhadap aktivitas-aktivitas yang dilakukan subyek atau dengan mengetahui hobinya.

3) *Tested Interest* adalah minat yang diungkapkan cara menyimpulkan dari hasil jawaban tes objektif yang diberikan, nilai-nilai yang tinggi pada suatu objek atau masalah biasanya menunjukkan minat yang tinggi pula terhadap hal tersebut.

4) *Inventoried Interest* adalah minat yang diungkapkan dengan menggunakan alat yang sudah distandarisasikan, biasanya berisi pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada subyek apakah ia senang atau tidak senang terhadap sejumlah aktifitas atau sesuatu obyek yang ditanyakan.

Berdasarkan paparan diatas, bahwa jenis-jenis minat ada dua jenis yaitu minat primitif (biologis) dan minat kultural atau sosial. Selain itu minat dapat digolongkan menjadi beberapa jenis yaitu, menurut arahnya, dan menurut cara mengungkapkan minat.

### 3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Crow dan Crow menjelaskan ada tiga faktor utama yang membentuk minat, yaitu <sup>58</sup>

- a. Faktor dorongan dari dalam, yang berarti mengarah pada kebutuhan-kebutuhan yang muncul dari dalam individu.
- b. Faktor motif sosial, yang berarti mengarah pada penyesuaian diri dengan lingkungan agar dapat di terima dan diakui oleh lingkungannya atau aktivitas untuk memenuhi kebutuhan sosial.
- c. Faktor emosional atau perasaan yang berarti suatu minat itu erat hubungannya dengan perasaan atau emosi, keberhasilan dalam beraktivitas yang di dorong oleh minat tertentu akan membawa rasa senang dan memperkuat minat tersebut, sebaliknya kegagalan akan mengurangi minat individu.

Paparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ada dua faktor yang mempengaruhi minat, yaitu faktor dorongan dari dalam, faktor motif sosial dan faktor emosional atau perasaan.

### 4. Proses-proses Minat

Minat bersumber pada dorongan-dorongan menimbulkan aktivitas-aktivitas yang mengarah pada tercapainya tujuan, melalui proses yang bertingkat-tingkat.

a. Berikut ini dipaparkan beberapa proses minat menurut Meuman: <sup>59</sup>

- 1) Munculnya motif (alasan) : sebelum orang melakukan sesuatu, terlebih dahulu tertanam motif atau alasan dalam hatinya. Seseorang yang

---

<sup>58</sup> Ibid, hlm. 159

<sup>59</sup> Abu Ahmadi, *Op.cit*, hlm 126

melakukan sesuatu tanpa alasan maka tidak akan melakukan hal ataupun sesuatu dengan sungguh-sungguh, dan walaupun dilakukan kemungkinan besar perbuatannya tidak menentu arah

- 2) Saat mempertimbangkan motif : manusia di dalam kehidupannya mempunyai banyak motif. Motif yang ada memiliki tujuan yang ingin dicapai, karena di dalam kehidupan manusia banyak sekali terdapat motif yang ingin dicapai maka dalam tahapan ini muncul suatu masa persiapan dimana, orang mulai mengukur kemungkinan-kemungkinan yang akan ditempuh. Pada tingkat ini benar-benar terjadi tarik menarik antara pribadi dan tujuan yang akan dicapai dan dalam mempertimbangkan hal ini orang tidak terlepas dengan norma-norma dan nilai-nilai yang dihayati pada saat tersebut.
- 3) Saat memilih : saat memilih dimana orang di hadapkan pada pilihan salah satu diantara banyak hal yang mempunyai arti bagi pemilih. Memilih adalah suatu perbuatan yang aktif terutama aktivitas jiwa. Memilih bukan hanya sekedar mengambil salah satu dari banyak hal yang perlu dipilih. Pekerjaan memilih dilakukan setelah pertimbangan-pertimbangan motif dilakukan sebaik-baiknya dengan mengingat kemungkinan terkesannya suatu tujuan, baik buruknya, untung ruginya dan hal-hal terkait lainnya.
- 4) Memutuskan : memutuskan merupakan langkah terakhir setelah pertimbangan motif dan pertimbangan pemilih berlangsung. Keputusan akan diikuti tindakan nyata yang bertanggung jawab. Bagaimanapun juga tindakan sebagai kelanjutan dari keputusan yang harus dipertanggung jawabkan.

5) Melaksanakan keputusan : keputusan memilih sebenarnya terletak pada perbuatan kemauan, artinya keputusan minat diiringi tanpa dengan tindakan, akan sia-sia proses selanjutnya. Karena kalau berhenti pada keputusan saja maka tujuan tidak akan tercapai.

b. Menurut Narcis Ach bahwa proses-proses minat adalah sebagai berikut :<sup>60</sup>

- 1) Saat penerimaan: pada saat penerimaan, terkadang kesan yang diterima sangatlah kuat dan terkadang lemah. Efek kesan yang sangat kuat biasanya terlihat dari orang yang seolah-olah tidak dapat menahan getaran, seperti mengerutkan kening, tangan dikepalkan dan lain sebagainya.
- 2) Saat obyektif : pada tahap ini orang sadar akan peristiwa dalam jiwanya mulai terbayang pada sesuatu tujuan, merasa dirinya giat, menyadari akan arah yang dituju.
- 3) Saat aktual: pada tahap ini orang menunjukkan pikirannya pada satu arah tertentu dan seolah-olah merasakan perbuatan yang akan datang.
- 4) Saat subyektif : saat orang mengambil keputusan. Setelah keputusan ditetapkan biasanya dilanjutkan dengan perbuatan atau tindakan.

Paparan diatas menjelaskan bahwa proses-proses terjadinya minat pada seseorang dimulai dengan munculnya motif, saat mempertimbangkan motif, saat memilih, memutuskan, serta melaksanakan keputusan. Selain itu, ada pula yang menjelaskan bahwa proses-proses minat memiliki tahapan-tahapan seperti, saat penerimaan, saat obyektif, saat aktual dan saat subyektif.

---

<sup>60</sup> Ibid, hlm. 134

## 5. Minat dalam Pandangan Islam

Minat dalam kajian psikologi dapat disimpulkan sebagai suatu respon pada suatu hal yang menjadi kesenangan seperti pada obyek, hal, aktivitas dan lain sebagainya. Jika seseorang merasa minat, maka dia akan mengalami kecenderungan untuk mendekati dan berurusan dengan hal, obyek, aktivitas atau apapun yang membuatnya merasa senang dan seseorang harus dalam keadaan sadar.

Sehingga definisi minat memiliki beberapa aspek yaitu : perasaan senang , mencari dan mendekati obyek hal atau aktivitas, dan dalam keadaan sadar. Beberapa ayat Al-quran yang membahas tentang aspek-aspek dalam minat tersebut adalah :

a. Perasaan senang : فَرِحُوا

فَلَمَّا جَاءَتْهُمْ رُسُلُهُم بِالْبَيِّنَاتِ فَرِحُوا بِمَا عِنْدَهُمْ مِنَ الْعِلْمِ وَحَاقَ بِهِمْ مَا كَانُوا

بِهِ يَسْتَهْزِءُونَ ﴿١٢٩﴾

Artinya : “Maka tatkala datang kepada mereka Rasul-rasul (yang diutus kepada mereka dengan membawa keterangan-keterangan, mereka merasa senang dengan pengetahuan yang ada pada mereka[1329] dan mereka dikepung oleh azab Allah yang selalu mereka perolok-olokkan itu”.

b. Mencari dan mendekati obyek hal atau aktivitas (مَعَانِئًا)

Aspek mencari obyek, hal atau aktivitas dapat diartikan sebagai mencari penghidupan. Penghidupan diartikan sebagai suatu obyek, hal atau aktivitas yang

dicari karena meliputi perasaan senang. Surat yang membahas tentang aspek mencari penghidupan adalah surat An Naba' ayat 13 yaitu :

 مَعَاشًا النَّهَارَ وَجَعَلْنَا

Artinya : *“dan Kami jadikan siang untuk mencari penghidupan”*

c. Keadaan sadar

Bahwa seseorang ketika menyukai dan menyenangi suatu hal, obyek atau aktivitas haruslah dalam keadaan sadar. Jika melakukan suatu tindakan tanpa dalam keadaan sadar maka hal tersebut menjadi sia-sia. Surat Al Baqarah ayat 9 menjelaskan bahwa :

 يُخَادِعُونَ وَالَّذِينَ اللَّهُ إِلَّا يَخْدَعُونَ وَمَا يَشْعُرُونَ وَمَا يَشْعُرُونَ

Artinya : *“Mereka hendak menipu Allah dan orang-orang yang beriman, pada hal mereka hanya menipu dirinya sendiri sedang mereka tidak sadar”*.

Kesimpulan dari definisi minat yang ditinjau dari sisi kitab suci Al-Quran dapat ditarik kesimpulan bahwa minat terdiri dari tiga aspek yang saling mendukung yaitu: perasaan senang, mencari obyek hal atau aktivitas yang yang menjadi sumber kesenangan dan individu tersebut harus dalam keadaan sadar ketika merasa berminat.

Jika individu merasa berminat pada suatu aroma parfum tertentu, maka individu tersebut akan diliputi perasaan senang terhadap aroma parfum impor yang diminatinya, kemudian ada kecenderungan untuk mencari aroma parfum yang diminatinya tersebut dan ketika menyukai aroma parfum tersebut harus dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari orang lain.

#### **D. Hubungan Tipe Kepribadian dengan Minat Aroma Parfum**

Kepribadian merupakan terjemahan dari bahasa Inggris yaitu *personality*. Kata *personality* berasal dari bahasa latin yaitu *persona* yang berarti kedok atau topeng.<sup>61</sup>

Menurut Jung dan Eysenck yang dikutip dari Suryabrata menjelaskan bahwa kepribadian adalah totalitas segala peristiwa psikis yang disadari maupun tidak disadari atau disebut juga sebagai "*psyche*". Kesadaran mempunyai dua unsur pokok yaitu fungsi jiwa dan sikap jiwa yang masing-masing mempunyai peranan penting dalam orientasi manusia dengan dunianya. Sedangkan sikap jiwa oleh Jung masih dibagi menjadi dua golongan yaitu kecenderungan ekstrovert dan introvert.<sup>62</sup>

Suryabrata menjelaskan bahwa tipe kepribadian dibedakan menjadi dua yaitu ekstrovert dan introvert.<sup>63</sup> Tipe kepribadian ekstrovert menurut Eysenck yang dijelaskan oleh Pervin dan dikutip oleh Nuqul adalah sebagai orang yang ramah dalam pergaulan, banyak teman, sangat memerlukan kegembiraan, ceroboh dan impulsif. Secara lebih rinci dijabarkan dengan mudah marah, gelisah, agresif, mudah menerima rangsang, berubah-ubah, impulsif, aktif, optimis, suka bergaul, ramah, banyak bicara, mau mendengar, menganggap remeh pada sesuatu, lincah, riang, serta terdapat rasa kepemimpinan.<sup>64</sup>

Sementara itu, tipe kepribadian introvert menurut Eysenck yang dijelaskan oleh Pervin dan dikutip oleh Nuqul memiliki ciri sifat tenang, suka mawas diri, bersikap hati-hati, pemikir, kurang percaya pada keputusan yang impulsif, lebih

---

<sup>61</sup> Syamsu Yusuf dan Juntika Nurihsan, *Op.cit*, hlm. 3

<sup>62</sup> Sumadi suryabrata, *Op.cit*, hlm. 335

<sup>63</sup> Sumadi Suryabrata, *Lok,Cit*, hlm 189

<sup>64</sup> Fathul Lubabin Nuqul, *Op.cit*, hlm. 15

suka hidup teratur, suka murung, sering diliputi rasa kekhawatiran , kaku, sederhana, pesimis, suka menyendiri, kurang suka bergaul, pendiam, pasif, berhati-hati, tenggang hati, damai, terkendali, dapat diandalkan serta menguasai diri.

Menurut Muhibbin Syah bahwa minat atau *interest* berarti kecenderungan dan kegairahan yang tinggi atau keinginan besar terhadap sesuatu<sup>65</sup> . Minat menurut Witherington kesadaran seseorang bahwa suatu obyek, seseorang, suatu soal atau suatu situasi mengandung sangkut paut dengan dirinya. Minat harus dipandang sebagai suatu sambutan yang sadar. Kalau tidak demikian, minat itu tidak mempunyai arti sama sekali. Oleh sebab itu, pengetahuan atau informasi tentang seseorang atau suatu obyek pasti harus ada terlebih dahulu daripada minat terhadap orang atau obyek tadi. <sup>66</sup>

Crow dan crow mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, serta pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Lalu bagaimana posisi antara tipe kepribadian dengan minat seseorang, Menurut Cronbach menyatakan bahwa minat memberikan petunjuk-petunjuk tentang penyesuaian diri seseorang dan juga seperti apa kepribadiannya<sup>67</sup> .

Hal tersebut diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Kelly dan Block serta Petersen. Mereka meneliti faktor apa saja yang dapat menimbulkan minat pada seseorang hingga menimbulkan perilaku tertentu. Mereka lalu meneliti tentang faktor tipe kepribadian yang ternyata memiliki hubungan dalam minat individu terutama minat memilih pekerjaan yang disukainya. Mereka melakukan

---

<sup>65</sup> Muhibbin Syah, *Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru*, (bandung : PT. Remaja Rosdakarya, 1995), hlm. 136

<sup>66</sup> H.C Whiterington, *Op.cit*, hlm. 122

<sup>67</sup> Lee, J.cronbach, *Op.Cit*, hlm. 428

tes terhadap individu dari berbagai bidang profesi, kemudian mereka melihat bagaimana setiap sifat-sifat individu dalam berhubungan sosial dengan sesamanya. Misalnya saja, penelitian yang dilakukan oleh Kelly, mereka melakukan penilaian kepada orang-orang yang berprofesi sebagai tukang kayu, guru seni, manajer sales dan lain-lain maka hasilnya mereka memiliki karakteristik sifat yang cenderung terbuka dalam hubungan sosial disekitarnya. Orang-orang dengan karakteristik ini disebut dengan tipe kepribadian ekstrovert.<sup>68</sup>

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Block dan Petersen pada seratus perwira angkatan udara dan hasil dari penelitian tersebut adalah mereka ternyata memiliki karakteristik sifat yang hampir sama dengan profesi pada matematikawan yaitu rata-rata sifat kecenderungan yang muncul pada mereka adalah sifat-sifat yang menonjol seperti kurang percaya diri pada kemampuan mereka sendiri, introspektif, kurangnya ketenangan sosial, kurangnya kepercayaan terhadap kemampuan diri, merasa rendah diri, bereaksi buruk terhadap stres, simpatik, tidak mencolok<sup>69</sup>. Hal ini termasuk dalam sifat dari tipe introvert.

Kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Kelly dan Block serta Petersen bahwa berdasarkan penelitian yang dilakukan, orang-orang akan cenderung berminat pada pekerjaan sesuai dengan tipe kepribadiannya. Misalnya saja, orang-orang yang memiliki sifat atau karakteristik kepribadian yang memiliki masalah suka mengkritik diri sendiri atau tidak percaya diri (hal ini termasuk dalam tipe kepribadian introvert) maka akan menemukan kepuasan pada pekerjaan yang monoton seperti ahli kimiawan dan matematikawan. Sementara itu, orang lain yang mendapatkan kepuasan ketika menekankan pentingnya kemampuan dengan

---

<sup>68</sup> Ibid, , hlm.430

<sup>69</sup> Ibid, hlm.430

diri sendiri dalam bekerja dan orang-orang seperti ini tidak menyukai rutinitas kerja yang sama setiap waktu. Serta, menginginkan hasil atau tugas kerja yang penuh dengan ide yang asli atau orisinal (hal ini termasuk dalam salah satu sifat dari tipe kepribadian ekstrovert) ternyata memiliki kecenderungan memilih dan berkumpul pada pekerjaan yang memiliki tantangan seperti misalnya seperti tukang kayu, manajer sales, guru seni, dokter dan lain sebagainya.<sup>70</sup>

Selain itu, karakteristik kepribadian yang lain yaitu bagaimana seseorang bersosialisasi dengan lingkungannya ternyata juga memiliki hubungan dengan minat dalam memilih pekerjaan. Seseorang yang dikategorikan dengan tipe kepribadian ekstrovert dengan salah satu ciri mudah bersosialisasi ternyata rata-rata mereka berkumpul pada pekerjaan-pekerjaan seperti tukang kayu, guru seni, sales manajer, dokter dan lain sebagainya yang lebih sering bertemu dan melakukan kontak dengan orang lain secara aktif. Sementara yang memiliki tipe kepribadian introvert dengan salah satu ciri lebih tertutup dalam pergaulan ternyata banyak yang memilih bekerja sebagai contohnya kimiawan, matematikawan dan perwira angkatan udara yang ternyata dalam pekerjaannya memang tidak banyak melakukan kontak sosial secara aktif dalam pergaulan di lingkungannya. Sehingga dapat disimpulkan memang ada hubungan antara tipe kepribadian dengan minat terutama minat memilih pekerjaan yang disukai. Karena dengan mempelajari minat seseorang memberikan isyarat tentang kepribadiannya dan bagaimana individu tersebut bersosialisasi dalam lingkungannya<sup>71</sup>.

Didukung dengan penelitian sebelumnya yang menyebutkan adanya hubungan diantara keduanya, karena adanya hubungan tipe kepribadian dengan

---

<sup>70</sup> Lee j.Cronbach, *Essentials of Psychological Testing*, (New York:Harper and, Row Publisher 1949) ,hlm. 430

<sup>71</sup> Ibid ,hlm. 430

minat seseorang maka pemasar kemudian mencoba memasukkan unsur kepribadian dalam suatu produk. Seperti contohnya, produk mobil BMW yang dikategorikan memiliki tiga kepribadian, yaitu elegan, mewah dan sporty. Menurut Sumarwan bahwa perbedaan dalam kepribadian pada konsumen akan mempengaruhi perilakunya dalam memilih atau membeli produk yang sesuai dengan kepribadiannya. Dengan mengkategorikan produk yang dijual menjadi beberapa tipe kepribadian, pemasar mengharapkan konsumen akan berminat pada suatu produk karena sesuai dengan dirinya.

Lalu, bagaimana halnya dengan aroma parfum, pemasar membagi enam kategori aroma parfum yaitu *fresh notes*, *floral notes*, *oriental notes*, *woody notes* dan *aromatic fougere*. Aroma tersebut kemudian oleh produsen parfum dan pemasar dikategorikan selain oleh perbedaan zat yang terkandung juga dikategorikan berbeda atas karakteristik kepribadian yang berbeda yang dimiliki oleh aroma parfum tersebut. Misalnya saja kategori *fresh notes* dengan jenis *fruity* adalah aroma parfum yang memiliki zat utama yaitu aroma buah-buahan seperti aroma jeruk, mangga dan lain sebagainya dikategorikan sebagai aroma penuh keceriaan, dan penuh permainan yang menyenangkan sehingga jika individu yang berminat pada aroma ini adalah karakteristik seseorang yang ramai, menyukai kebebasan dan spontanitas dalam kehidupan. Selain itu kategori *floral notes* dengan jenis aroma *floral* memiliki zat utama bunga sebagai aroma parfumnya. Sehingga, produsen parfum dan pemasar mengkategorikan aroma parfum ini sebagai aroma parfum yang elegan, klasik. Sehingga dengan kategori aroma parfum ini maka produsen parfum dan pemasar berharap individu dengan sifat-sifat kepribadian

yang elegan dan eksklusif, anggun tenang serta feminim akan menyukai dan berminat pada aroma ini.<sup>72</sup>

Maka, dari penelitian diatas penulis mencoba meneliti hubungan tipe kepribadian terhadap minat pada aroma parfum. Penelitian sebelumnya menjelaskan bahwa ada hubungan tipe kepribadian terhadap minat terutama pada minat pekerjaan, selain itu perbedaan dalam kepribadian konsumen akan mempengaruhi minat lalu dapat mempengaruhi perilaku dalam memilih atau membeli produk. Oleh karena itu peneliti mengaplikasikannya pada hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum karena diindikasikan adanya hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum, seseorang yang diindikasikan tipe ekstrovert akan berminat pada aroma parfum dengan karakter-karakter aroma ekstrovert, begitu pula sebaliknya. Karena didukung oleh teori dari Cronbach yang mengatakan bahwa minat memberikan suatu isyarat tentang penyesuaian diri dari kepribadian seseorang serta penelitian dari Kelly dan Block serta Petersen bahwa terdapat hubungan tipe kepribadian dengan minat terutama pada pekerjaan tertentu. Maka, dimungkinkan terdapat juga hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum.

#### **E. Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah adanya hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum pada santri putri ma'had Sunan Ampel Al-Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

---

<sup>72</sup> Ibid, [http://www.fashion-era.com/perfumes/perfume\\_addiction.html](http://www.fashion-era.com/perfumes/perfume_addiction.html), diakses 25 Juni 2010)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

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

Menurut Isaac dan Michael bahwa penelitian dapat dibagi menjadi beberapa kelompok jika dipandang dari karakteristik masalah berdasarkan kategori fungsionalnya<sup>73</sup>. Salah satunya yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang penelaahannya kepada satu kasus dilakukan secara intensif, mendalam, mendetail dan komprehensif<sup>74</sup>

#### **B. Identifikasi Variabel**

Definisi variabel menurut Azwar bahwa sesuatu dinamakan variabel dikarenakan secara kuantitatif atau secara kualitatif ia dapat bervariasi. Apabila sesuatu tidak dapat bervariasi maka bukan dinamakan variabel melainkan konstanta. Sebagai contoh, jenis kelamin dikatakan sebagai variabel karena secara kualitatif dapat bervariasi sebagai lelaki atau wanita. Sedangkan jarak keliling bumi pada garis khatulistiwa bukanlah variabel karena hanya ada satu.<sup>75</sup>

Azwar mendefinisikan identifikasi variabel sebagai langkah penetapan variabel-variabel utama dalam penelitian dan penentuan fungsinya masing-masing. Variabel yang digunakan adalah variabel bebas (X), yaitu variabel yang variasinya mempengaruhi variabel lain, dapat pula dikatakan bahwa variabel bebas adalah variabel yang pengaruhnya terhadap variabel lain ingin diketahui,

---

<sup>73</sup> Saifuddin Azwar, *Metode penelitian*, ( Yogyakarta: Pustaka pelajar, 1997), hlm. 6

<sup>74</sup>

<sup>75</sup> Saifuddin Azwar, *Lok.Cit* , hlm. 59

sedangkan variabel tergantung (Y) adalah variabel penelitian yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh variabel lain.<sup>76</sup>

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

Variabel bebas (X) : tipe kepribadian

Variabel tergantung (Y) : minat

### **C. Definisi Operasional**

Definisi operasional menurut Azwar adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik -karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati.<sup>77</sup>

Definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **1. Tipe kepribadian**

Tipe kepribadian adalah suatu sekumpulan dimensi-dimensi primer dari kepribadian yang diklasifikasikan menurut sifat-sifat yang dapat diselidiki dan diuji kebenarannya mengenai perilaku unik individu.

Tipe kepribadian ekstrovert adalah tipe kepribadian dimana orientasi perhatian individu lebih lebih kuat tertuju keluar dirinya, kepada orang lain dan masyarakat sekitar. Pikiran, perasaan dan tindakannya terutama ditentukan oleh lingkungannya. Oleh karena itu mereka mudah terpengaruh oleh lingkungannya dan juga mudah mempengaruhi lingkungan disekitarnya. Tipe ini menampilkan penyesuaian dirinya sehari-hari dengan sifat-sifat terbuka, ramah, aktif, mudah tersinggung menganggap remeh sesuatu hal, dan ceroboh.

Tipe kepribadian introvert adalah orang-orang dengan orientasi perhatian individu lebih lebih kuat tertuju kedalam dirinya sendiri. Pikiran, perasaan dan

---

<sup>76</sup> Ibid, hlm. 62

<sup>77</sup> Ibid, hlm. 74

tindakannya terutama ditentukan oleh faktor subjektif. Walaupun mereka juga memberikan perhatian kepada dunia diluar dirinya, tetapi hal tersebut dilakukan lebih selektif dan hati-hati. Tipe ini menampilkan penyesuaian dirinya sehari-sehari dengan sifat-sifat agak tertutup jiwanya, cenderung penyendiri, tidak ramah, sukar menyesuaikan diri atau kaku dalam pergaulan, hati-hati dan dapat menguasai diri

2. Minat adalah suatu respon lebih suka dan keterikatan yang besar pada suatu obyek, hal, aktivitas atau situasi yang menimbulkan rasa senang tanpa ada yang menyuruh dan dalam keadaan sadar. Jika individu merasa berminat, maka akan cenderung untuk mendekati dan berurusan dengan hal, obyek, aktivitas atau apapun yang membuat individu merasa senang.

Penelitian ini meneliti tentang minat aroma parfum yang dapat membuat individu merasa senang.

#### **D. Populasi dan Sampel**

Populasi menurut Winarsunu adalah seluruh individu yang dimaksudkan untuk diteliti dan yang nantinya akan dikenai generalisasi<sup>78</sup>. Populasi dalam penelitian ini adalah santri putri Ma'had Sunan Ampel Al- Ali Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang .

---

<sup>78</sup> Tulus Winarsunu, *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. ( Malang : UMM Press, 2002), hlm. 12

Sampel menurut Azwar adalah sebagian dari populasi, karena merupakan bagian dari populasi, maka sampel harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Banyak ahli riset menyarankan untuk mengambil sampel sebesar 10% dari populasi, sebagai aturan kasar. Namun bila populasinya sangat besar, maka persentasinya dapat dikurangi. Secara umum, semakin besar sampel maka akan semakin representatif. Namun pertimbangan efisiensi sumber daya maka peneliti akan membatasi besarnya jumlah sampel yang dapat diambil<sup>79</sup>.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode pengambilan sampel bertujuan atau disebut *purposive sample*. Metode *purposive sample* dilakukan dengan cara mengambil subjek bukan didasarkan atas strata, random, atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu. Teknik ini biasanya dilakukan karena beberapa pertimbangan, misalnya alasan keterbatasan waktu, tenaga, sehingga tidak dapat mengambil sampel yang besar dan jauh. Pengambilan sampel dengan teknik bertujuan ini cukup baik karena sesuai dengan pertimbangan peneliti sendiri sehingga dapat mewakili populasi.

Berikut penjelasan tentang populasi dan pengambilan sampel dalam penelitian ini :

**Tabel 3.1 Populasi dan Sampel**

No.	Populasi	Sampel
1.	Mahad Ummu Salamah 300 orang	Diwakilkan oleh Mahad Fathimah Az zahra'
2	Mahad Asma' binti abi bakar 320 orang	Diwakilkan Mahad Fathimah Az zahra'
3	Mahad Fathimah Az zahra' : Mahasiswi semester II 280 orang	28 orang (280 x 10%)

<sup>79</sup> Ibid, hlm. 82

4	Mahad Khadijah al kubra 264 orang, rincian sebagai berikut : a. Mahasiswi semester IV: 159 orang b. Mahasiswi semester VI : 76 orang. c. Mahasiswa semester VII : 29 orang	Sampel di Mahad Khadijah al kubra, rincian sebagai berikut : a. 16 orang (159 x 10%) b. 8 orang (76 x 10%) c. 3 orang (29 x 10%)
	Jumlah	55 orang

### E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini tes dan skala psikologi. Ada dua jenis metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu tes kepribadian EPI (*Eysenck's Personality Inventory*) dan skala minat aroma parfum dengan metode interval tampak setara.

#### a. Tes EPI (*Eysenk'c Personality Inventory*)

Menurut Lee J. Cronbach mendefinisikan tes sebagai suatu prosedur yang sistematis, yaitu yang dilakukan berdasarkan tujuan dan tata cara yang jelas. Tes melakukan pengamatan terhadap perilaku seseorang dan mendeksripsikan perilaku tersebut dengan bantuan skala angka atau suatu sistem pengolongan. EPI (*Eysenck Personality Inventory*). EPI adalah alat ukur kepribadian dari Eysenck yang telah baku EPI digunakan untuk menggolongkan individu ke dalam dua tipe kepribadian yaitu ekstrovert dan introvert.

Jumlah aitem dalam EPI adalah 56 butir pertanyaan dengan rincian item *Ekstroversion* (E) : 23 butir, item *Lie* (L) : 9 butir, item *Neuroticism* (N): 24. Pilihan jawaban yang harus diberikan oleh responden adalah “ya” dan “tidak”. Walaupun begitu, dalam *Eysenk Personality inventory* ini (EPI), peneliti hanya mengambil dan menilai item-item yang mengandung penilaian tentang ekstrovert

dan introvert karena sesuai dengan tujuan peneliti. Untuk skoring tes kepribadian ini sebagai berikut :

- 1) Jawaban responden di cocokkan dengan kriteria (kunci) jawaban tes kepribadian Eysenck Personality Inventory yang telah ada. Apabila jawaban responden sesuai atau sama dengan kriteria jawaban, maka diberi nilai “1”. Apabila jawaban responden tidak sama dengan kriteria jawaban maka dinilai “0”. Lalu jumlah skor skala dicocokkan dengan norma dan dapat ditentukan mana orang yang tergolong ekstrovert dan mana orang yang tergolong introvert. Norma yang dipakai dalam penggolongan tipe kepribadian ekstrovert dan introvert berdasarkan tes *Eysenck Personality Inventory* .<sup>80</sup>
- 2) Hasil skoring berjumlah 11 dikategorikan bertipe kepribadian introvert dan hasil skoring yang berjumlah lebih dari 12 dikategorikan bertipe kepribadian ekstrovert.

**Tabel 3.2**

**Blue Print Tes EPI (*Eysenck Personality Inventory* )**

No.	Aspek	Indikator	Nomor aitem	Jumlah
1.	Ekstrovert	Memiliki sifat periang di berbagai kesempatan	1,25, 27, 53	15
		Mudah mengambil keputusan	8, 13, 39	
		Mudah bergaul	17, 44, 46	
		Senang menerima tantangan	10	
		Agresif	22	

<sup>80</sup> Fathul Lubabnin Nuqul, *Op.Cit*, hlm. 27

		Berubah-ubah	3, 49, 56	
2.	Introvert	Sulit dalam mengambil keputusan	5	8
		Lebih suka menyendiri	15	
		Bersikap hati-hati	20, 34, 41	
		Pasif	29, 32	
		Pendiam	51	
3.	<i>Neurotic</i>	Percaya diri rendah	2,4,11,14,28,50,52	24
		Penuh kecemasan	7,9,31,47,55	
		Larut dalam suasana hati	16,21	
		Merasa bersalah	23	
		Perasaan tegang	19,26,33,35	
		Irasional	40,38,45	
		Depresi	43	
		Malu-malu	37	
4.	<i>Lie</i>	Menepati janji	6,42	9
		Memiliki sifat kebiasaan baik	24,30,48	
		Sifat jujur	36,54	
		Agresif	12	
		Impulsif	18	
Jumlah				56

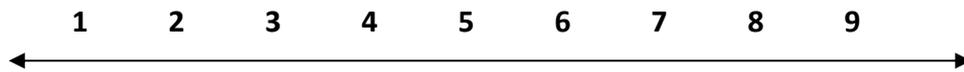
b. Skala minat

Untuk mengukur minat aroma parfum maka peneliti menggunakan skala minat dengan metode interval tampak setara (*method of equal- appearing intervals*). Metode ini bertujuan untuk meletakkan beberapa objek pada suatu

kontinum yang terbagi atas beberapa interval, misalkan sembilan atau sebelas interval.<sup>81</sup>

Berikut adalah salah satu contoh metode interval tampak setara, yaitu :

**Gambar 3.1 Skala Minat Aroma Parfum**



Angka-angka pada kontinum memiliki arti jika letaknya semakin ke kanan berarti semakin tingginya kualitas suatu objek menurut dimensi yang diperhatikan. Jika semakin ke kiri maka berarti semakin kecil atau semakin rendahnya kualitas dimensi atau sifat yang dimiliki oleh objek.

Misalnya saja subjek diminta untuk memberikan nilai terhadap aroma parfum yang paling diminati karena keharuman aromanya, misalnya aroma parfum *Paris hilton for women* dari Paris hilton. Jika subyek beranggapan bahwa aroma parfum tersebut tidak harum, maka parfum tersebut dapat diletakkan antara salah satu angka 1 sampai dengan 4, jika parfum tersebut tersebut dianggap harum dan diminati maka dapat diletakkan dalam nilai 6 sampai dengan 9. Sedangkan bila subyek beranggapan bahwa parfum tersebut keharuman aromanya dalam taraf sedang-sedang saja maka diletakkan di nilai 5. Semakin kekanan pemberian nilai (semakin mendekati angka atau nilai 9) hal itu berarti semakin berminat, jika semakin kekiri (kearah kiri atau mendekati nilai 1) maka semakin tidak berminat

Berikut terdapat lima keluarga aroma dasar parfum yang dirumuskan oleh Michael Edwards, seorang konsultan parfum di industri parfum. Lima

---

<sup>81</sup> Saifuddin Azwar, *Op.cit*, hlm 109

aroma dasar ini, hanya empat yang biasanya dipakai untuk aroma parfum wanita.

**Tabel. 3.3 Indikator Parfum**

No.	Keluarga Aroma	Jenis aroma	Merek Parfum
1.	<i>Floral notes</i>	Floral	<i>Stile Donna</i> oleh Sergio Tacchini
2.	<i>Fresh notes</i>	Citrus ( <i>Fruity aromatic</i> )	<i>Paris hilton for women</i> oleh Paris hilton
		<i>Green</i>	<i>Green tea</i> oleh Elizabeth Arden
3	<i>Oriental notes</i>	<i>Oriental</i>	<i>7.15 AM in Bali</i> oleh Kenzo
4.	<i>Woody notes</i>	<i>Woody (fresh woody)</i>	<i>CKIN2U</i> oleh Calvin Klein
5.	<i>Aromatic fougere</i>	-	-

Deksripsi merek parfum yang terbagi atas lima aroma yang berbeda , dijelaskan sebagai berikut :

1. *Stile Donna*

*Stile donna* merupakan parfum dengan aroma floral. Floral merupakan keluarga parfum terbesar. Meliputi berbagai parfum bertema sentral bunga-bunga seperti mawar, lili, *jasmine*, *narcissus*, *tuberose*, dan sebagainya. Aroma bunga lebih disukai dan mudah dikenakan oleh siapa saja, karena memberi efek psikologis yang terkesan ‘manis’, *girlie*, feminin, anggun, atau sensual yang lembut. Selain itu, wanita yang menyukai aroma ini cocok dengan gaya hidup yang elegan dan eksklusif.<sup>82</sup>

b. *Paris Hilton for women*

<sup>82</sup>Insomnist.2009.*Perfume+YourPersonality*,(Online),(<http://www.liveconnector.com/forum/viewtopic.php?p=1973144> - Tembolok (LC FORUM), diakses 14 Juni 2010)

Parfum *Paris Hilton for women* adalah parfum pertama yang diluncurkan oleh selebritis terkenal Hollywood Paris Hilton, pada tahun 2005. Parfum dari keluarga aroma *fresh notes* dan jenis aroma *fruity aromatic* ini berbahan dasar aroma buah-buahan seperti apel, jeruk dan melon. Parfum ini mengikuti sifat Paris dalam hal kerolayalan dan tabiatnya. Parfum yang memiliki aroma dasar *fruity aromatic* memiliki karakter aroma parfum yang cocok dengan kepribadian individu yang secara umum optimis<sup>83</sup>.

Selain itu, aroma ini cocok bagi individu yang aktif, sporty dan cenderung berkepribadian ekstrovert<sup>84</sup>. Menurut Sandra Symons memberikan pendapat bahwa seseorang yang menyukai aroma *fruity aromatic* adalah seseorang yang menyukai suatu kebebasan dan hidup dalam spontanitas dan sangat menikmati hidup. Mereka memiliki perasan ingin tahu yang besar dan terbuka terhadap apapun yang baru, wewangian jenis ini mewakili kesan seksi, fit dan ceria.<sup>85</sup>

Deksripsi diatas tersebut ternyata berkorelasi dengan deksripsi kepribadian sang artis Paris Hilton. Paris Hilton selalu hidup dengan spontanitas, cenderung ekstrovert, selalu mengikuti acara perkumpulan sosial, dan selalu hadir dalam pesta-pesta mewah dan meriah. Seperti yang diungkapkan, bahwa parfum merek Paris Hilton ini mengikuti karakter dari penciptanya sendiri yaitu Paris Hilton.

c. *Green tea*

*Green tea* dari Elizabeth Arden diluncurkan pada oktober 2002. *Green tea* dari Elizabeth Arden memberikan energi pada tubuh, membangkitkan rasa dan membangunkan semangat. Aromanya yang ringan yang memberikan kesegaran

---

<sup>83</sup>([http:// hubpages.com/hub/womensperfume](http://hubpages.com/hub/womensperfume), diakses 24 juni 2010 )

<sup>84</sup> Ibid, (<http:// hubpages.com/hub/womensperfume>, diakses 24 juni 2010 )

<sup>85</sup> Sandra Symons, *Op. Cit.*,([http://www.fashion-era.com/perfumes/perfume\\_addiction.html](http://www.fashion-era.com/perfumes/perfume_addiction.html), diakses 25 Juni2010)

seperti perasaan yang menyenangkan yang dapat menangkap pikiran yang gembira serta merupakan kelebihan tersendiri dari khasiat teh hijau. Orang-orang yang menyukai *fresh notes* dengan jenis aroma *green* biasanya sangat sibuk dan memiliki kehidupan yang energik. Ketika seseorang yang telah lelah bekerja seharian dan memiliki minat terhadap aroma ini, maka aroma parfum yang memiliki karakter yang segar ini dapat membuat gembira seseorang dan segar kembali<sup>86</sup>.

Menurut Sandra Symons bahwa aroma *green* ini memiliki karakter yang cocok dengan kepribadian seseorang yang ekstrovert, aktif dan dinamis. Wanita yang memakai aroma ini rela untuk menerima resiko tertentu. Selain itu, wanita yang berminat dalam aroma ini menyukai peranan yang aktif pada suatu kegiatan dan menunjukkan inisiatif yang terbaik.<sup>87</sup>

d. *7.15 AM in Bali*

Aroma parfum ini berbahan dasar oriental yang dicampur dengan vanilla. Terinspirasi dari hangatnya suasana pagi hari di pulau Bali serta dibungkus oleh aura misteri di setiap sudut pulau, maka diraciklah aroma yang dianggap cocok dengan suasana tersebut. Aroma *oriental* merupakan campuran dari vanilla, bunga, *woody*, dicampur dengan minyak *camphorous*. Aroma ini menurut sang desainer parfum, membawa individu ke suasana oriental yang eksotis. Keluarga aroma parfum ini cocok bagi individu yang romantis, namun ingin tetap terkesan misterius dan maskulin<sup>88</sup>. Hal ini dikuatkan oleh raffy yang mengatakan bahwa

---

<sup>86</sup>(<http://.become.com/perfumes/perfume-types.html>, diakses 25 Juni 2010 )

<sup>87</sup> Sandra Symons, Op Cit, ([http://www.fashion-era.com/perfumes/perfume\\_addiction.html](http://www.fashion-era.com/perfumes/perfume_addiction.html), diakses 25 Juni 2010)

<sup>88</sup> Anggi.Parfum A sampai Z,(Online) (<http://umahghoib.wordpress.com/2009/02/18/atoz/>, diakses 14 Juni 2010)

aroma parfum jenis oriental adalah aroma dengan campuran dari kehangatan dan misteri.<sup>89</sup>

Menurut Sandara Symons bahwa aroma oriental adalah karakter aroma yang cocok dengan kepribadian yang memiliki karakter seseorang yang introspektif dan sensitif. Wanita yang menyukai aroma ini adalah wanita yang mengerti dirinya sendiri dengan baik.

e. *CKin2U for him*

Calvin Klein meluncurkan produk parfum pasangan bagi pria dan wanita generasi muda. Parfum berpasangan ini diberi nama *CKin2U for him* dengan aroma *fresh woody* dan *CKin2U for her* dengan aroma dasar dari campuran aroma *fruity floral*. *Ckin2U for him* memang diperuntukkan bagi laki-laki tetapi parfum dengan jenis aroma *fresh woody* dari *CKin2 for him* ini banyak dipakai sejumlah konsumen wanita. Untuk penelitian ini menggunakan parfum *CKin2U for him* karena aroma *woody* yang tidak terlalu menyengat.

Menurut Calvin Klein, pencipta dari aroma parfum ini bahwa karakter aroma ini diperuntukkan bagi generasi muda, yang mengekspekasikan kebebasan dan tanggung jawab dalam menjelajahi dunia baru. Aroma ini cocok bagi orang yang menyukai petualangan, kharismatik dan tegas.<sup>90</sup>

## F. Prosedur Penelitian

Secara operasional prosedur penelitian dapat di kemukakan dalam tiga langkah, yaitu :

1. Tahapan persiapan
  - a. Survey lapangan

---

<sup>89</sup>Raffy. *Oriental Fragrance For Women* (Online), ([http:// www.parfumsraffy.com /](http://www.parfumsraffy.com/))

<sup>90</sup>[www.fragrantica.com/perfume/.../Calvin Klein -1817.html](http://www.fragrantica.com/perfume/.../Calvin Klein -1817.html) -AmerikaSerikat -

Kegiatan survey lapangan yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan pendataan jumlah populasi mahasantri perempuan yang tinggal di mahad.

b. Tahap perizinan

Tahap perizinan yang dilakukan adalah meminta surat izin ke fakultas Psikologi dan menyerahkan kepada kepala Mahad.

c. Tahap pelaksanaan

Tahap pelaksanaan dilakukan pada tanggal 17 juni 2010. Tahapan pelaksanaan dilakukan pada pukul 08.00 wib sampai dengan 14.00 wib. Prosedur pelaksanaan yang dilakukan adalah :

**Tabel 3.4 Prosedur Penelitian**

No.	Tahapan	Prosedur Pelaksanaan	Waktu
1.	Tahap Persiapan	<p>a. Survey lapangan :</p> <p>Kegiatan survey lapangan yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan pendataan jumlah populasi santri perempuan yang tinggal di mahad.</p> <p>b. Mempersiapkan botol dan aroma parfum yang akan dijadikan sampel. Sampel parfum berjumlah 12 botol, yang dibagi menjadi dua bagian yaitu enam botol sampel tiap subyek. Botol yang tersedia ,memiliki warna kemasan yang sama yaitu ungu tua. Botol yang telah berisi cairan pafum dengan lima merek aroma parfum yang berbeda , kemudian diberi label berbentuk huruf balok, dengan ketentuan sebagai berikut :</p> <p><i>A (Paris hilton for women),</i>  <i>B (Stile donna),C (Green tea) , D (7.15 AM in Bali), E (CKin2U for him ).</i></p>	

2.	Tahap perizinan	Tahap perizinan yang dilakukan adalah meminta surat izin ke fakultas Psikologi dan menyerahkan kepada kepala Mahad.	
3.	Tahap pelaksanaan	<p>Prosedur pelaksanaan sebagai berikut :</p> <p>a. Peneliti mengambil data penelitian dengan sistem <i>door to door</i> dari kamar ke kamar di mahad. Sistem ini dilakukan karena peneliti ingin mengambil data dengan seksama, dengan cara menguji subyek atau anggota kamar satu per satu di mahad sehingga peneliti dapat berkonsentrasi terhadap delapan subyek dalam satu kamar lalu setelah selesai peneliti dapat pindah ke kamar yang lain. Peneliti ingin melihat dengan seksama bahwa subyek mengisi dengan baik dan benar.</p> <p>b. Peneliti menerangkan tujuan diadakannya penelitian ”hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum pada santri putri ma’had Sunan Ampel Al Ali di UIN Maliki Malang serta apa fungsi dan kegunaannya</p> <p>c. Peneliti menerangkan cara pengisian tes kepribadian Eysenck Personality Inventory (EPI) yaitu tugas subyek adalah memilih pilihan antara jawaban ”ya” atau ”tidak” dan menjelaskan bahwa hasil tes akan menunjukkan bahwa subyek masuk kedalam tipe introvert atau ekstrovert dan menerangkan tidak ada jawaban yang benar ataupun salah</p>	

		<p>sehingga subyek tidak perlu ragu-ragu ataupun takut dalam memberikan jawaban yang sebenarnya.</p> <p>d. Peneliti menerangkan cara mengisi skala minat aroma parfum dengan langkah-langkah sebagai berikut:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Subyek diberikan sampel lima botol aroma parfum yang berbeda</li> <li>2) Subyek dipersilahkan untuk mencium aroma parfum tersebut satu per satu.</li> <li>3) Jika telah mencium aroma parfum yang pertama, subyek dapat mencium kopi bubuk hitam sebelum mencium aroma parfum yang lain. Kegunaan dari mencium kopi bubuk hitam ini adalah dapat menetralkan hidung yang terasa kebal karena terlalu banyak mencium aroma parfum secara terus menerus. Tetapi jika subyek dapat mencium dan membedakan aroma yang satu dengan lainnya dengan baik maka subjek dipersilahkan untuk tidak menggunakan menggunakan bubuk kopi sebagai penetral hidung.</li> <li>4) Setelah mencium aroma parfum maka subyek dapat memberikan nilai peringkat dari skala minat aroma parfum yang telah disediakan, dengan ketentuan :</li> </ol> <p>1-4 : tidak berminat  5 : sedang-sedang  6-9 : berminat</p>	
--	--	---	--

		Semakin kekiri maka semakin tidak senang subyek terhadap aroma parfum yang dipilihnya, semakin kekanan semakin berminat subyek terhadap aroma parfum yang dipilihnya.	
--	--	---	--

## G. Validitas dan Reliabilitas

### 1. Validitas

Validitas ditentukan oleh ketepatan dan kecermatan hasil pengukuran. Pengukuran sendiri dilakukan untuk mengetahui seberapa banyak (dalam arti kuantitatif) suatu aspek psikologis terdapat dalam diri seseorang, yang dinyatakan oleh skornya pada instrumen pengukur yang bersangkutan.<sup>91</sup>

Menurut Suryabrata dalam bidang psikologi kata validitas sekurang-kurangnya digunakan dalam tiga konteks, yaitu :<sup>92</sup>

- a. Validitas penelitian
- b. Validitas soal
- c. Validitas alat ukur

Maka terkait dengan penelitian ini maka yang dibahas adalah tentang validitas alat ukur. Validitas berasal dari kata bahasa Inggris yaitu *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak

<sup>91</sup> Ibid, hlm.43

<sup>92</sup> Hasma Nurhayati, *Pengaruh Big Five Personality terhadap Psychological Well Being Remaja di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 5 Madiun*, Skripsi fakultas Psikologi universitas Islm Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang (tidak dipublikasikan), Malang 2010, hlm. 72

relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas rendah<sup>93</sup>.

Definisi diatas mengandung pengertian bahwa suatu alat ukur dikatakan valid atau tidak, tergantung pada mampu tidaknya alat ukur tersebut mencapai tujuan pengukuran yang dikehendaki dengan tepat. Suatu alat ukur yang tinggi validitasnya akan memiliki eror pengukuran yang kecil, artinya skor setiap subjek yang diperoleh oleh alat ukur tersebut tidak jauh berbeda dari skor yang sesungguhnya.

Berdasarkan penelitian yang berjudul “*karakteristik kepribadian dan kecelakaan kerja*” peneliti menggunakan tes kepribadian *Eysenck Personality Inventory* untuk menguji hubungan antara karakteristik kepribadian dengan kecelakaan kerja. Secara khusus ditujukan untuk mengetahui apakah karyawan dengan *locus of control eksternal* dan memiliki sifat ekstrovert lebih sering mengalami kecelakaan kerja dibandingkan karyawan dengan *locus of control internal* dan memiliki sifat introvert. Hasil adaptasi alat ukur EPI itu telah banyak digunakan di Indonesia dengan validitas internal konsistensi yang baik<sup>94</sup>

Untuk pengukuran minat terhadap aroma parfum impor isi ulang, peneliti menggunakan skala minat aroma parfum dengan metode interval tampak setara. Tujuan dari metode penskalaan ini berorientasi pada stimulus yang diberikan pada subyek sehingga subyek diminta untuk menilai stimulus-stimulus yang diberikan kepadanya, dalam penelitian ini stimulusnya adalah aroma parfum dengan lima jenis aroma yang berbeda.

---

<sup>93</sup> Saifuddin Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta:Pustaka Pelajar, 1997),hlm. 6

<sup>94</sup> <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/02/perbedaan-tingkat-kecemasan-dalam-beradaptasi-dengan-lingkungan-baru-berdasarkan-tipe-kepribadian-introvert-ekstrovert-pada-mahasiswa-tingkat-awal/>, diakses 9 juli 2010

Subyek diminta memberikan nilai terhadap tiap aroma parfum yang diciumnya, dengan rentang penilaian mulai dari tidak berminat hingga berminat. Maka, penskalaan dengan metode interval tampak setara ini sudah memenuhi kevalidannya.

## 2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan terjemahan dari kata bahasa Inggris yaitu *reliability* yang berasal dari kata *rely* dan *ability*. Suatu pengukuran dikatakan reliabel jika jika hasil pengukuran tersebut memiliki reliabilitas yang tinggi. Definisi reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya.<sup>95</sup>

Penelitian ini menggunakan metode pengujian satu kali (*single trial method*) karena keterbatasan peneliti, maka peneliti tidak menggunakan metode uji ulang (*test-retest method*) dan metode bentuk paralel(*parallel-form method*).

Dalam metode pengujian satu kali seperangkat instrument diberikan kepada sekelompok subjek satu kali saja. Karena tes psikologi EPI (*Eysenck's Personality Inventory*) adalah tes yang telah baku dan teruji serta terdapat norma-norma yang telah terstandar maka cukup mengacu pada satu kali tes. Selain itu berdasarkan penelitian yang berjudul “karakteristik kepribadian dan kecelakaan kerja” dalam penelitian ini peneliti menggunakan tes kepribadian *Eysenck Personality Inventory* untuk menguji hubungan antara karakteristik kepribadian dengan kecelakaan kerja. Secara khusus ditujukan untuk mengetahui apakah karyawan dengan *locus of control eksternal* dan memiliki sifat ekstrovert lebih sering mengalami kecelakaan kerja dibandingkan karyawan dengan *locus of control internal* dan memiliki sifat introvert.

---

<sup>95</sup> Ibid, hlm. 4

Hasil adaptasi alat ukur EPI itu telah banyak digunakan di Indonesia dengan tingkat reliabilitas yang baik berkisar antara 0,89 – 0,93 untuk ekstrovert-introvert<sup>96</sup>.

Selain itu, untuk skala minat, karena tugas subyek hanya memilih kelima aroma parfum yang telah tersedia dan memberikan skor yang sesuai dengan minat mereka terhadap kelima aroma parfum tersebut maka peneliti merasa sudah memenuhi kereliabilitasnya karena skala ini hanya berbentuk penskalaan yang tidak perlu diuji reliabilitasnya

## H. Metode Analisa Data

Data-data yang diperoleh dari penelitian ini kemudian diolah dan dianalisa untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesa penelitian yang telah dicanangkan Data-data mentah tersebut kemudian dianalisis dengan tahapan-tahapan sebagai berikut, yaitu :

### 1. Tes chi *Square* ( $X^2$ )

Tes chi *square* ( $X^2$ ) dapat digunakan untuk menguji bahwa: <sup>97</sup>

- a. Frekuensi-frekuensi hasil obseravasi benar-benar bisa disebut signifikan berbeda dengan frejuensi-frekuensi yang diharapkan.
- b. Lalu meneliti jika variabel-variabel yang diteliti benar-benar bebas atau memiliki memiliki hubungan.

---

<sup>96</sup>Seger Handoyo.1999.*Karakteristik kepribadian dan kecelakaan*, (Online), (<http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/02/perbedaan-tingkat-kecemasan-dalam-beradaptasi-dengan-lingkungan-baru-berdasarkan-tipe-kepribadian-introvert-ekstrovert-pada-mahasiswa-tingkat-awal/>), diakses 9 juli 2010

<sup>97</sup> Sanapiah Faisal, *Format-format Penelitian Sosial*, (Jakarta: Rajawali Press, 1995), hl. 253

Menurut Siegel bahwa tes chi square dapat dipergunakan untuk menetapkan signifikansi perbedaan-perbedaan antara dua kelompok independen. Hipotesis yang diuji biasanya adalah kedua kelompok itu berbeda dalam ciri khas tertentu, dengan demikian perbedaan itu berhubungan dengan frekuensi relatif masuknya anggota-anggota kelompok ke dalam beberapa kategori. Untuk menguji hipotesis ini, dapat dihitung banyak kasus dari masing-masing kelompok yang termasuk dalam berbagai kategori, dan membandingkan proporsi kasus-kasus dari satu kelompok dalam berbagai kategori dengan proporsi kasus-kasus dari kelompok yang lain<sup>98</sup>.

### Gambar 3.2 Rumus Tes Chi Square

Hipotesis-nol dapat diuji dengan :

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(O_{ij} - E_{ij})^2}{E_{ij}}$$

(Sumber: Siegel, 1995)

**dimana**  $O_{ij}$  = jumlah observasi untuk kasus-kasus yang dikategorikan dalam baris ke- $i$  pada kolom ke- $j$ .

$E_{ij}$  = banyak kasus yang diharapkan dibawah  $H_0$  untuk dikategorikan dalam baris ke- $i$  pada kolom ke- $j$ .

#### 2. Koefisien kontingensi C

Koefisien kontingensi C adalah suatu ukuran kadar asosiasi atau relasi antara dua himpunan. Ukuran ini berguna khususnya apabila hanya mempunyai informasi kategori (skala nominal) mengenai satu diantara himpunan-himpunan atribut atau kedua himpunan atribut itu. Yaitu, pengukuran ini ini dapat

---

<sup>98</sup> Sideney siegel, Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-ilmu sosial, (Jakarta:PT Gramedia, 1985),hlm. 130

dipergunakan jika informasi tentang atribut-atribut itu terdiri dari suatu rangkaian frekuensi yang tidak berurut .

Tingkat asosiasi antara dua himpunan atribut, berurut atau tidak, dan tidak terpengaruh sifat hakekat variabelnya (dapat kontinyu atau diskrit) atau tidak terpengaruh oleh distribusi yang mendasari atribusi itu (distribusi populasinya dapat saja normal atau memiliki sembarang bentuk distribusi lain, dapat diketahui dari suatu tabel kontingensi frekuensi, dengan :

**Gambar 3.3 Rumus Koefisien Kontingensi C**

$$C = \frac{\sqrt{x^2}}{N + x^2}$$

(Sumber: Siegel, 1995)

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Lokasi Penelitian**

##### **1. Gambaran Singkat Ma'had Sunan Ampel Al Ali**

Mahad Sunan Ampel Al-Ali merupakan wadah pembinaan mental dan spiritual para santri, memiliki kontribusi yang sangat besar bagi upaya mewujudkan visi dan misi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan tujuan khusus dapat membentuk sarjana yang intelek serta professional yang mempunyai kedalaman ilmu, moral dan spiritual yang baik, sehingga dapat dan mampu menjawab tantangan zaman. Untuk mewujudkan harapan terakhir, salah satunya dibutuhkan keberadaan ma'had yang secara intensif mampu memberikan resonansi dalam mewujudkan lembaga pendidikan tinggi Islam yang ilmiah-religius, sekaligus sebagai bentuk penguatan terhadap pembentukan lulusan yang intelek professional yang ulama' atau ulama' yang intelek professional. Hal ini benar karena tidak sedikit keberadaan ma'had telah mampu memberikan sumbangan besar bagi bangsa ini melalui alumninya dalam mengisi pembangunan seutuhnya. Dengan demikian keberadaan ma'had dalam komunitas perguruan tinggi Islam merupakan keniscayaan yang akan menjadi pilar penting dari bangunan akademik.

Lokasi di Ma'had Sunan Ampel Al-Ali berada di dalam kampus UIN Maliki Malang. Ma'had ini terdiri dari sembilan unit gedung, masing-masing berlantai tiga sebagai tempat hunian.

## 2. Sejarah Perkembangan Ma'had Sunan Ampel Al-Ali

Pendirian Ma'had Al-ali dikhususkan bagi mahasiswa UIN Maliki Malang sudah lama dipikirkan, yaitu sejak kepemimpinan K.H Usman Mansyur, tetapi hal tersebut belum dapat direalisasikan. Hal tersebut baru dapat diwujudkan pada masa kepemimpinan Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, yang pada waktu itu menjabat sebagai ketua STAIN Malang. Dalam jangka waktu setahun UIN Malang telah berhasil menyelesaikan 4 unit gedung yang terdiri dari 189 kamar ( 3 unit masing-masing 50 kamar dan 1 unit 39 kamar) dan 5 rumah pengasuh dan 1 rumah mudir ma'had. Dengan selesainya pembangunan ma'had yang direncanakan sebanyak 10 unit, kini sudah terselesaikan 5 unit. Sejak 26 Agustus 2000 ma'had tersebut mulai dihuni oleh 1041 santri, 483 santri putra dan 558 santri putri.

Lalu seiring berjalannya waktu, Universitas Islam Negeri Malang yang resmi berganti nama menjadi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang mendirikan kompleks bangunan ma'had bagi santri putri dengan kompleks yang dipisah tersendiri dari unit ma'had bagi santri putra dengan jumlah 4 unit ma'had baru serta 2 rumah pengasuh.

## 3. Visi, Misi dan Tujuan ma'had

### a. Visi

“terwujudnya pusat pemantapan akidah, pengembangan ilmu keislaman, amal sholeh, akhlak mulia, pusat informasi pesantren dan sebagai sendi terciptanya masyarakat muslim Indonesia yang cerdas, dinamis, kreatif. damai dan sejahtera”.

b. Misi

- 1) Mengantarkan mahasiswa memiliki kemantapan akidah dan kedalaman spiritual, keluhuran akhlak, keluasan ilmu dan kemantapan professional.
- 2) Terciptanya suasana yang kondusif bagi pengembangan kegiatan keagamaan.
- 3) Terciptanya bi'ah lughowiyah yang kondusif bagi pengembangan bahasa Arab dan bahasa Inggris.
- 4) Terciptanya lingkungan yang kondusif bagi pengembangan minat dan bakat.

c. Tujuan

- 1) Terciptanya suasana kondusif bagi pengembangan kepribadian mahasiswa yang memiliki kemantapan akidah dan spiritual, keagungan akhlak atau moral, keluasa ilmu dan kemantpan professional.
- 2) Terciptanya suasana yang kondusif bagi pengembangan kegiatan keagamaan.
- 3) Terciptanya bi'ah lughowiyah yang kondusif bagi pengembangan bahasa arab dan Inggris.
- 4) Terciptanya lingkungan yang kondusif bagi pengembangan minat dan bakat.

**B. Hasil Analisa Data**

Analisa data dilakukan guna menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang diajukan pada bab sebelumnya sekaligus memenuhi tujuan dari penelitian ini. Adapun proses analisis data yang dilakukan adalah :

1. Tipe kepribadian

Hasil analisa data yang dilakukan pada variabel tipe kepribadian bahwa tingkat kepribadian pada santri Ma'had sunan Ampel Al-Ali cenderung berkepribadiann ekstrovert. Hal itu dapat diketahui berdasarkan tes kepribadian

*Eysenck Personality Inventory* (EPI). Hasil penelitian tersebut dapat dilihat dari tabel berikut, yaitu :

**Tabel 4.1**

**Tipe Kepribadian**

Tipe Kepribadian	Jumlah	%
Introvert	23 orang	42%
Ekstrovert	32 orang	58%
	55 orang	100%

2. Minat aroma parfum

Minat aroma parfum seperti *Paris Hilton for women*, *Stile Donna*, *Green tea*, *7.15 am in Bali* dan *CKin2U for him* pada survey penelitian yaitu santri putri ma'had Sunan Ampel Al-ali UIN Maliki Malang diukur dengan skala minat dengan metode interval tampak setara dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 4.2 Jumlah Minat pada Aroma Parfum**

No.	Merek Parfum	Jumlah	%
1.	<i>Paris Hilton for women</i>	29	55 %
2.	<i>Stile Donna</i>	3	9 %
3.	<i>Green tea</i>	2	4%
4.	<i>7.15 am in Bali</i>	9	17%
5.	<i>CKin2U for him</i>	8	15%
			100%

### 3. Pengujian Hipotesis

#### a. Chi Square ( $X^2$ )

Tes Chi square digunakan dalam penelitian sebagai :<sup>99</sup>

- 1) Frekuensi-frekuensi hasil obseravasi benar-benar bisa disebut signifikan berbeda dengan frekuensi-frekuensi yang diharapkan.
- 2) Lalu meneliti jika variabel-variabel yang diteliti benar-benar bebas atau memiliki memiliki hubungan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum maka digunakan tes Chi square dibantu dengan SPSS 15 maka didapatkan hasil sebagai berikut, yaitu :

**Tabel 4.3 Hasil Jumlah Tipe Kepribadian dan Minat**

Tipe Kepribadian	Minat		Jumlah
	1	2	
Ekstrovert	23 (41.8%)	9 (16.4%)	32 (58.2%)
Introvert	21 (38.2% )	2 (3.6%)	23 (41.8%)
Jumlah	44 (80%)	11 (20%)	55 (100%)

Sumber:data Primer (lihat lampiran hasil spsss tabel pribacode \* minat Crosstabulation)

**Keterangan :**

1. Minat pada kolom angka 1 : jumlah subyek yang berminat pada merek parfum dengan kategori aroma ekstrovert.
2. Minat pada kolom angka 2 : jumlah subyek yang berminat pada merek parfum dengan kategori aroma introvert.

<sup>99</sup> Sanapiah Faisal, *Op.Cit* , hlm. 251

**Tabel 4.4 Tes *Chi-Square***

	<b>Value</b>	<b>df</b>	<b>Asymp. Sig (2 sided)</b>
Pearson <i>Chi-Square</i>	3.157(b)	1	0.076

Sumber : Data primer (lihat lampiran pada hasil spss tabel *Chi-Square Tests*)

**Tabel 4.5 Hasil tes *Chi Square***

<b>Deksripsi</b>	<b>Hasil Nilai</b>
<i>Chi-Square</i> Hitung	3.157
<i>Chi-Square</i> Tabel	3.84
<i>Asymp. Sig</i>	0.076

Sumber : Data primer (lihat lampiran pada hasil spss tabel *Chi-Square Tests*)

Dasar pengambilan keputusan :

a. Berdasarkan perbandingan *chi-Square* Uji dan tabel

- 1) Jika *chi-square* hitung < *chi-square* tabel, maka  $H_0$  diterima
- 2) Jika *chi-square* hitung > *chi-square* tabel, maka  $H_0$  ditolak.

*Chi-square* hitung adalah 3.157 dan *chi-square* tabel adalah 3.84 karena *chi-square* hitung < *chi-square* tabel , maka  $H_0$  diterima.

b. Berdasarkan probabilitas

- 1) Jika probabilitas > 0.05 maka  $H_0$  diterima
- 2) Jika probabilitas < 0.05 maka  $H_0$  ditolak

Jadi, pada kolom *Asymp.Sig* adalah 0.076 atau probabilitas diatas 0.05. Maka  $H_0$  diterima atau tidak ada hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum, karena tipe kepribadian ekstrovert banyak yang berminat pada merek parfum dengan aroma kategori introvert dan begitu pula sebaliknya tipe kepribadian introvert banyak yang berminat pada kategori aroma ekstrovert.

## b. Koefisien Kontingensi C

**Tabel 4.6 Hasil Koefisien Kontingensi C**

	<i>Value</i>	<i>Approx.Sig</i>
Koefisien Kontingensi ( <i>Contingency Coefficient</i> )	0.233	0.076

Sumber : Data primer (lihat lampiran hasil spss di tabel *symmetric measures* )

Koefisien kontingensi C adalah suatu ukuran kadar asosiasi atau relasi antara dua himpunan atribut<sup>100</sup>. Terlihat koefisien kontingensi adalah 0.233 dengan tingkat signifikansi 0.076. Selain itu, korelasi antara tipe kepribadian dengan minat aroma parfum sebesar 0.233 ternyata memiliki hubungan yang cukup lemah (0.233 masih dibawah 0.5). Berdasarkan kriteria dari Santoso yang menyatakan bahwa hubungan dianggap kuat jika koefisien diatas 0.5.<sup>101</sup>

Jadi, kesimpulannya hubungan antara tipe kepribadian terhadap minat aroma parfum sebesar 0.233. Karena nilai *Chi-square* hitung adalah 3.15 dan nilai *Chi-Square* tabel adalah 3.84 sehingga disimpulkan *chi-square* hitung < *chi-square* , maka minat aroma parfum tidak bergantung pada tipe kepribadian.

## C. Pembahasan

Penelitian yang dilakukan pada tanggal 17 Juni 2010 yang bertempat di ma'had Sunan Ampel Al-Ali telah berjalan lancar sesuai dengan yang telah direncanakan. Penelitian yang dilakukan dengan tes kepribadian EPI (Eysenck's Personality Inventory) dan skala minat aroma ini memberikan jawaban terhadap rumusan masalah dan hipotesis sebelumnya. Pengujian terhadap instrument

---

<sup>100</sup> Sidney Sigel, Op.Cit, hlm. 243

<sup>101</sup> Singgih Santoso, Buku Latihan SPSS Statistik parametric, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2000),hlm. 240

penelitian diberikan kepada 55 responden dengan karakteristik yang sama yang bertempat di Ma'had Sunan Ampel Al-Ali UIN Maliki Malang.

Penelitian ini meneliti tentang hubungan yang unik antara tipe kepribadian dengan minat aroma parfum. Definisi dari tipe kepribadian adalah suatu sekumpulan dimensi-dimensi primer dari kepribadian yang diklasifikasikan menurut sifat-sifat yang dapat diselidiki dan diuji kebenarannya mengenai perilaku unik individu yang dibagi menjadi dua tipe kepribadian yaitu, tipe kepribadian introvert dan tipe kepribadian ekstrovert. Minat menurut Slameto adalah suatu rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat. Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian<sup>102</sup>.

Hasil penelitian mengenai hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum, didapatkan bahwa tidak ada hubungan yang kuat antara tipe kepribadian dengan minat aroma parfum. Hasil tersebut dilihat dari nilai *chi-square* hitung adalah 3.157 dan nilai *chi-square* tabel adalah 3.84 sehingga *chi-square* hitung < *chi-square* tabel. Kemudian, dilihat dari nilai *Asymp.Sig* adalah 0.076 atau probabilitas diatas 0.05. Maka tidak ada hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum. Sehingga dapat disimpulkan bahwa minat aroma parfum tidak bergantung pada tipe kepribadian.

Hasil penelitian yang telah dilakukan ternyata tidak mendukung teori dari Cronbach serta penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Kelly dan juga

---

<sup>102</sup> Slameto, Op.Cit.152

Block serta Petersen yang meneliti bahwa ada hubungan tipe kepribadian dengan dengan minat seseorang.

Terdapatnya kesenjangan antara teori dengan fakta dilapangan kemudian dapat dijelaskan oleh Murphy dan Davidshofer yang menjelaskan adanya kesenjangan tersebut. Menurut Murphy dan Davidshofer, bahwa memang ada hubungan antara tipe kepribadian dengan munculnya minat pada seseorang akan tetapi hubungan tersebut secara relatif lemah dan terbatas pada lingkup-lingkup tertentu saja <sup>103</sup>. Lingkup-lingkup tertentu misalnya saja lingkup pada minat memilih pekerjaan, orang-orang yang memiliki tipe kepribadian introvert akan berminat dan memilih pekerjaan yang sesuai dengan tipe kepribadiannya dengan salah satu ciri yang mendukung yaitu tidak terlalu membutuhkan kontak sosial secara aktif dengan lingkungannya, dan rutinitas pekerjaan yang hampir sama setiap harinya atau dengan kata lain tidak membutuhkan tantangan. Sementara itu, tipe kepribadian ekstrovert maka akan cenderung memilih pekerjaan yang memiliki kontak sosial dalam pergaulan yang aktif dan menyukai tantangan dalam pekerjaannya. Walaupun begitu, ketika diterapkan pada minat aroma parfum ternyata tidak terdapat hubungan. Bahwa, tipe kepribadian bukanlah faktor utama untuk mendorong seseorang berminat pada aroma parfum tertentu.

Selain itu, menurut Baron dan Byrne menegaskan bahwa aroma parfum yang diberi unsur kepribadian sehingga seakan-akan tiap aroma memiliki karakter kepribadian tertentu ternyata adalah sebagian contoh dari salah satu upaya pemasar untuk membuat produk tersebut lebih menarik di hati konsumen<sup>104</sup>.

Walaupun begitu Ujang Sumarwan menjelaskan bahwa memang minat

---

<sup>103</sup> Kevin R Murphy dan Charles O.Davidshofer, *Psychological testing principles and applications*, (New Jersey:Pearson Education, Inc. Upper Saddle River, 2005),hlm. 49

<sup>104</sup> Baron dan Byrne..*Psikologi Sosial*, (Jakarta:Erlangga, 2003),hlm.48

konsumen dapat dimunculkan dengan memberikan unsur kepribadian akan tetapi pola konsumsi konsumen tidak hanya dipengaruhi oleh kepribadian, ada juga faktor lain seperti sikap, motivasi, sosial budaya, lingkungan dan daya beli konsumen. Misalnya saja dua orang konsumen yang memiliki kepribadian sebagai penyabar mungkin akan memiliki model dan merek sedan yang berbeda. Perbedaan tersebut disebabkan dapat disebabkan oleh adanya perbedaan faktor konsumen lainnya, misalnya prefensi, daya beli, dan faktor lainnya. Intinya, kepribadian bukan berarti tidak berhubungan sama sekali terhadap minat akan tetapi kepribadian khususnya tipe kepribadian bukanlah satu-satunya faktor yang mendorong terjadinya minat, terutama terhadap minat aroma parfum<sup>105</sup>.

---

<sup>105</sup> Ujang sumarwan, *Op.Cit*, hlm.49

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat ditarik kesimpulan bahwa: santri putri ma'had Sunan Ampel Al-ali didominasi oleh tipe kepribadian ekstrovert dengan jumlah 58% dan tipe kepribadian introvert dengan jumlah 42%. Sementara itu, minat aroma parfum dari 5 merek parfum yang berbeda-beda, didapatkan hasil bahwa minat terbesar adalah pada *fresh notes* jenis aroma *fruity aromatic* dengan merek parfum *Paris Hilton for women* dengan jumlah minat 55%. Lalu, minat yang paling rendah pada *fresh notes* jenis aroma *Green* dengan merek parfum *Green tea* dengan jumlah 4%. Kesimpulan dari hasil penelitian ini bahwa tidak ada hubungan tipe kepribadian dengan minat aroma parfum, dan ternyata munculnya minat pada aroma parfum tidak didasarkan pada tipe kepribadian seseorang. Hal ini dibuktikan santri putri yang memiliki tipe kepribadian introvert banyak yang berminat pada merek parfum yang memiliki berkategori aroma ekstrovert. Begitu pula sebaliknya, sejumlah santri putri yang memiliki tipe kepribadian ekstrovert banyak yang berminat pada merek parfum yang berkategori aroma introvert.

#### **B. Saran**

##### **1. Hasil Penelitian**

Saran bagi hasil penelitian ini adalah untuk melengkapi penelitian menjadi lebih baik dengan cara memperbaiki teori agar lebih kuat, membuat metode penelitian yang lebih baik agar hasil penelitian menjadi lebih baik.

## **2. Rekomendasi**

Rekomendasi untuk melanjutkan penelitian ini karena masih banyak hal yang belum diungkap untuk meneliti munculnya minat pada aroma parfum . Selain itu untuk menyempurnakan metode penelitian yang masih banyak kekurangannya, direkomendasikan untuk mencari variabel-variabel lain yang dapat mendorong minat pada aroma parfum muncul seperti sikap, motivasi, sosial budaya, lingkungan dan daya beli konsumen.

## **3. Penelitian Selanjutnya**

Berkenaan dengan kepentingan ilmiah, bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan permasalahan yang sama, dapat diusahakan untuk mengkaji masalah ini dengan jangkauan yang lebih luas dan dengan menambah variabel lain yang belum terungkap dalam penelitian ini seperti sikap, motivasi, sosial budaya, lingkungan dan daya beli konsumen sehingga mampu memberikan sumbangan yang lebih besar terhadap kajian tipe kepribadian dan minat. Kemudian diharapkan agar lebih banyak untuk mencari referensi yang sesuai , karena kurangnya referensi yang didapatkan oleh peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Abu. 1980 *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Rineka Cipta,
- Abadi Muhammad Afzan, 2006.*Upaya Meningkatkan Minat Baca Pada Anak*, (Online), ([http:// almaipii.multiply.com/journal/html](http://almaipii.multiply.com/journal/html), diakses 27 Juni 2010).
- As'ad, Moh. 1978. *Seri Ilmu Sumber daya Manusia, Psikologi Industri*, Yogyakarta: Liberty Yogyakarta,
- Alwisol, 2009.*Psikologi Kepribadian*. Malang:UMM Press
- Azwar, Saifuddin 1997. *Reliabilitas dan Validitas*, Yogyakarta:Pustaka Pelajar
- Azwar , Saifuddin, 1997. *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka pelajar,
- Astriani, Lina. 2010. *Pengaruh Kepercayaan diri terhadap Peak Performance Atlet Bola Basket Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri di kota Malang*.Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Baron dan Byrne.2003.*Psikologi Sosial*. Jakarta : Erlangga
- Chaplin, J.P. 1968 *Kamus Lengkap Psikologi*, Jakarta:PT. Raja Grafindo Persada
- Cronbach Lee J. 1959. *Essentials of Psychology Testing*.New York: Harper and Row Publisher
- Crow dan Crow.1989.*Psikologi Pendidikan*.Yogyakarta: Nur Cahaya , 1989
- Djaali.2006.*Psikologi Pendidikan*.Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Faisal,Sanapiah.1989.*Format-Format Penelitian Sosial Dasar-Dasar dan Aplikasi*.Jakarta:Rajawali Pers
- Handoyo,Seger.1999.[Perbedaan Tingkat Kecemasan dalam Beradaptasi dengan Lingkungan Baru Berdasarkan Tipe Kepribadian Introvert-Ekstrovert pada Mahasiswa Tingkat-Awal](http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/02/), (Online),(<http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/02/> diakses 27 Juni 2010 )

Ir,Wijaya.2000.*Statistika Non Parametrik (Aplikasi Program SPSS)*. Bandung: Alfabeta

Jr., Edward K. Strong. 1943 *Vocational Interest of Men and Women*, Standford California: Standford university Press

Muliawati Devi. 2007. *Hubungan Sugesti tentang Suntik HIV/AIDS dengan Minat Konsumen Mengunjungi Matos*, Skripsi tidak diterbitkan.Malang:Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Murphy dan Davidshofer. 1991. *Psychological Testing Principles and Applications*, New Jersey: Pearson education, Inc., Upper saddle River

Nurhayati, Hasma., 2010. *Pengaruh Big Five personality terhadap Psychological Well Being Remaja di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 5 Madiun*, Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Ibrahim Malang.

Ningsih , Suryani .2008.*Hubungan Brand Image (Citra merk) dengan Minat Membeli Konsumen Pelembab Pond's White Beauty pada mahasiswa Psikologi UIN Maulana malik Ibrahim Angkatan 2008*, Skripsi tidak diterbitkan. Malang: Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Nuqul Fathul Lubabin.2004. *Hubungan antara Tipe kepribadian dengan Sikap Percaya terhadap Paranormal*, Laporan Penelitian Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Laporan tidak diterbitkan.Malang: Fakultas Psikologi.

Perfume,Womens.Women's Perfume Get Familiar With Fragrance Families In Women's Perfume, (Online),(<http://hubpages.com/hub/womensperfume> html , diakses 24 Juni 2010).

Ridho,Ali.2006.*Statistik Hand Out*. Malang: UIN Maliki

Santoso, Singgih.2000.*Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*.Jakarta:PT.Elex Media Komputindo

Soelasih,Yasintha.2007.*Pengaruh Kepribadian Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Notebook Sony Vaio Mahasiswa Fakultas Ekonomi Unika Atmajaya, Jakarta*, Skripsi diterbitkan, Jakarta:Fakultas Ekonomi Unika Atmajaya Jakarta.

Siegel,Sidney.1985.*Statistik Non Parametrik untuk Ilmu-Ilmu Sosial*.Jakarta:PT Gramedia

Slameto, 1988 *Belajar dan faktor-faktor yang Mempengaruhinya*, Jakarta:Rineka cipta

Sumarwan, Ujang. 2002. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, Bogor: Ghalia Indonesia.

Suryabrata, Sumadi. 1966. *Psikologi Kepribadian*, Jakarta :PT Raja Grafindo Persada

Sobur, Alex .2003 *Psikologi Umum*.Bandung: CV Pustaka Setia

Symon, Sandra. *Addict Choice:Perfume Power, Perfume In Fashion History* , (Online),([http://www.fashion-era.com/perfumes/perfume\\_addiction.html](http://www.fashion-era.com/perfumes/perfume_addiction.html)(addict choice), diakses 25 Juni 2010 )

Syah , Muhibbin.1995.*Psikologi Pendidikan dengn Pendekatan Baru*, Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

Suryabrata, Sumadi, 2005 *Metodologi Penelitian*, Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada

(<http://umahghoib.wordpress.com/2009/08/12/atoz/>, diakses 14 Juni 2010 )

Winarsunu, Tulus .2002 *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang : UMM Press

Witheringon, H. C.1982, *Psikologi Pendidikan*, Jakarta: Akasara baru

Yusuf dan Nurihsan, 2007, *Teori Kepribadian*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya

(<http://www.identics.tripod.com>, diakses 26 April 2010)

(<http://www.parfumsraffy.com/fragrance-families.aspx>,diakses 16 Juni 2010 )

(<http://www.fragrantica.com/perfume/..Calvin> Klein-1817 .html-Amerika Serikat, diakses 16 Juni 2010)

(<http://www.liveconnector.com/forum/viewtopic.php?p=1973144> - Tembolok (LC FORUM), diakses 14 juni 2010 )

([http://beliparfum.multiply.com/.../Jenis\\_-\\_Jenis\\_wangi\\_parfum](http://beliparfum.multiply.com/.../Jenis_-_Jenis_wangi_parfum), diakses 27 Juni 2010)

(<http://id.88db.com>, diakses 26 april 2010 )

# LAMPIRAN

### Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
pribadicode * minat	55	100,0%	0	,0%	55	100,0%

### pribadicode \* minat Crosstabulation

			minat		Total
			1,00	2,00	1,00
pribadicode	extrovet	Count	23	9	32
		% of Total	41,8%	16,4%	58,2%
	introvet	Count	21	2	23
		% of Total	38,2%	3,6%	41,8%
Total		Count	44	11	55
		% of Total	80,0%	20,0%	100,0%

### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,157(b)	1	,076		
Continuity Correction(a)	2,060	1	,151		
Likelihood Ratio	3,430	1	,064		
Fisher's Exact Test				,097	,073
N of Valid Cases	55				

a Computed only for a 2x2 table

b 1 cells (25,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,60.

### Symmetric Measures(c)

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Phi	-,240	,076
	Cramer's V	,240	,076
	Contingency Coefficient	,233	,076
N of Valid Cases		55	

a Not assuming the null hypothesis.

b Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c Correlation statistics are available for numeric data only.

