

**HUBUNGAN *SELF CONTROL* DENGAN *FASHION INVOLVEMENT*
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

SKRIPSI



Oleh

ARIVA SULTANA

NIM. 12410055

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

2016

**HUBUNGAN *SELF CONTROL* DENGAN *FASHION INVOLVEMENT*
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

ARIVA SULTANA

NIM. 12410055

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

2016

**HUBUNGAN *SELF CONTROL* DENGAN *FASHION INVOLVEMENT*
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

SKRIPSI

Oleh:

ARIVA SULTANA

NIM. 12410055

Telah disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Zainal Habib, M.Hum
NIP. 197609172006041002

Mengetahui,

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



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

SKRIPSI

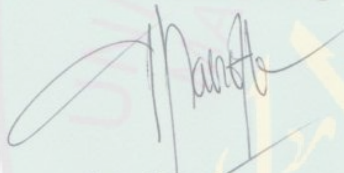
**HUBUNGAN *SELF CONTROL* TERHADAP *FASHION INVOLVEMENT*
PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal, 7 September 2016

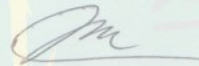
Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



Zainal Habib, M.Hum
NIP.197609172006041002

**Anggota Penguji lain
Penguji Utama**



Dr. Siti Mahmudah, M.Si
NIP.196710291994032001
Anggota



H. Aris Yuana Yusuf, Lc. MA
NIP.196710291994032001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal,2016

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



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

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ariva Sultana

NIM : 12410055

Fakultas : Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul "**Hubungan Self Control dengan Fashion Involvement Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya**", adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika di kemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

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

Malang, 7 September 2016

Penulis,



Ariva Sultana

NIM. 12410055

MOTTO

“I don` t do fashion.

I am fashion”

-Coco Chanel-

“Follow your dreams,
work hard and don` t give up no matter what.”

-Nicole Hayley-

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puja dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa dan atas dukungan do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Allah Subhanahu Wa Ta'ala Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Maha Mendengar dan Maha Melihat segala do'a dan usaha setiap hambanya. Ucap syukur tiada henti-hentinya saya ucapkan kepada Allah yang telah memberikan kekuatan, kesehatan dan kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Keluarga besar saya, teruntuk Papa yang tidak banyak menuntut, dan dengan kerja keras beliau mencari nafkah, saya dapat menyelesaikan kuliah hingga akhir. Untuk Mama yang tidak pernah bosan menanyakan *progress* skripsi ini. Dan untuk do`a-do`a yang senantiasa dipanjatkan. Terima kasih banyak Ma, Pa..

Kakak, abang dan adik saya, yang sangat saya cintai Nurul Nisa`, Irfan Rafid dan Annisa Titania atas doa-doa, dukungan moril serta menjadi penyemangat saya selama ini untuk segera menyelesaikan studi dan kembali pulang. Dan juga teruntuk keponakan-keponakan saya, Ghalib, Talha, Fawwaz, Azka dan Fayyadh, yang selalu membuat saya rindu dan ingin segera pulang. Biyaa loves and miss you..

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti dapat menyelesaikan laporan penelitian yang berjudul **“Hubungan *Self Control* dengan *Fashion Involvement* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya”**, sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana S1 di Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

Peneliti menyadari bahwa dalam melaksanakan penelitian ini, peneliti mendapatkan bantuan yang sangat besar dari berbagai pihak. Dengan tulus dan rendah hati peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Mudjia Raharjo, M. Si selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Lutfi Mustofa, M.Ag selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Bapak Zainal Habib, M.Hum selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan kritik dan saran bimbingan maupun arahan yang sangat berguna bagi penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Segenap dosen Fakultas Psikologi yang telah mendidik dan memberikan ilmu selama kuliah di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dan seluruh staf yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
5. Teman seperjuangan Fira, Ofik, Ifa, Ata dan Sesar atas kebersamaannya selama 4 tahun ini. Terimakasih untuk *unforgettable moments*-nya. *You guys are amazing*. Untuk kontrakan melati, *especially* Indah, Uci, Fira Mba dina dan Aminah, terimakasih untuk tahun-tahun terakhirnya. *It was memorable*. Untuk pipeh dan luluk, *thank you for being part of stories*. Untuk dian, terima kasih sudah banyak membantu di detik-detik terakhir.
6. Mohamad Ahmad Maulana yang sudah dengan sabar dan setia menemani hingga 3 tahun ini. Mendengarkan keluh kesah, memberikan motivasi serta banyak membantu hingga terselesaikannya tugas akhir ini. *Thankyou so much bii..*
7. Dan untuk responden penelitian yang bersedia meluangkan waktu untuk mengisi skala. Terimakasih sudah membantu penelitian ini.

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

Malang,2016

Peneliti,

Ariva Sultana



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II : KAJIAN TEORI.....	10
A. <i>Fashion Involvement</i>	10
1. Definisi.....	10
2. Dimensi-dimensi.....	12
3. Faktor-faktor.....	14
B. <i>Self Control</i>	18
1. Definisi.....	18
2. Aspek-aspek.....	20
3. Jenis-jenis.....	23
4. Faktor-faktor.....	24
C. Remaja.....	26
1. Remaja dan <i>Self Control</i>	29
D. Hubungan <i>Self Control</i> dengan <i>Fashion Involvement</i>	29
E. Perspektif Islam tentang <i>Self Control</i> dan <i>Fashion Involvement</i>	31
F. Hipotesis.....	32
BAB III: METODE PENELITIAN.....	33
A. Rancangan Penelitian.....	33
B. Identifikasi Variabel.....	34
C. Definisi Operasional.....	34
D. Populasi dan Sampel.....	35
E. Metode Pengumpulan Data.....	37
F. Instrumen Penelitian.....	39

G. Validitas dan Reliabilitas	43
H. Metode Analisa Data.....	45
BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN	48
A. Kondisi Geografis.....	48
B. Hasil Penelitian dan Analisis Deskriptif.....	50
C. Pembahasan.....	60
BAB V : PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	73



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blue Print <i>Self Control</i>	41
Tabel 3.2 Blue Print <i>Fashion Involvement</i>	42
Tabel 3.3 Validitas Variabel <i>Self Control</i>	43
Tabel 3.4 Validitas Variabel <i>Fashion Involvement</i>	44
Tabel 4.1 <i>Kolmogrof-Smirnov Test</i>	51
Tabel 4.2 <i>Test for Linierity</i>	52
Tabel 4.3 Penggolongan Norma.....	53
Tabel 4.4 Deskripsi Statistik Data <i>Fashion Involvement</i>	54
Tabel 4.5 Pengkategorisasian Tingkat <i>Fashion Involvement</i>	55
Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Tingkat <i>Fashion Involvement</i> Mahasiswa FEB UB .	55
Tabel 4.7 Deskripsi Statistik Data <i>Self Control</i>	57
Tabel 4.8 Pengkategorisasian Tingkat <i>Self Control</i>	58
Tabel 4.9 Hasil Deskriptif <i>Self Control</i> Mahasiswa FEB UB.....	59
Tabel 4.10 Hasil Analisa Korelasi Uji Hipotesis	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Grafik Diagram Batang Tingkat <i>Fashion Involvement</i>	56
Gambar 4.2 Grafik Diagram Batang Tingkat <i>Self Control</i>	59



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian.....	74
Lampiran 2 Skala Penelitian.....	74
Lampiran 3 Data Penelitian <i>Self Control</i>	78
Lampiran 4 Data Penelitian <i>Fashion Involvement</i>	82
Lampiran 5 Output Validitas dan Reliabilitas.....	86
Lampiran 6 Output Hasil Uji Asumsi.....	96
Lampiran 7 Output Hasil Uji Hipotesis.....	97
Lampiran 8 Kategorisasi.....	98

ABSTRAK

Sultana, Ariva (2016). Hubungan *Self Control* dengan *Fashion Involvement* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya. *Skripsi*. Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: Zainal Habib, M.Hum

Kata Kunci : *Self-Control, Fashion Involvement*.

Fashion merupakan hal yang perkembangannya begitu pesat. Keinginan manusia untuk selalu tampil gaya dan *up to date* sangat besar. Ketika *fashion* menjadi gaya hidup seseorang, orang tersebut akan mencari semua informasi tentang *fashion* dan terlibat (*involvement*) dalam perkembangannya. *Fashion involvement* juga bisa dilihat sebagai tingkat ketertarikan konsumen akan produk *fashion*, tingkat ketertarikan konsumen akan produk *fashion* tergantung dari sejauh mana keterlibatan *fashion* itu sendiri dalam mengikuti tren. Ketika mahasiswa terlibat *fashion* dalam menggunakan setiap produk *fashion* yang ada mulai dari berdasarkan kebutuhan atau tren serta pergaulan dengan temannya, kontrol diri setiap individu mahasiswa terlihat sejauh mana dalam penggunaannya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana hubungan *self control* (kontrol diri) terhadap *fashion involvement* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB).

Penelitian ini bertujuan 1) untuk mengetahui tingkat *self control* mahasiswa FEB UB, 2) untuk mengetahui tingkat *fashion involvement* mahasiswa FEB UB 3) untuk mengetahui hubungan antara *self control* dengan *fashion involvement* mahasiswa FEB UB.

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif. Pada penelitian ini digunakan tiga jenis kuesioner yaitu kuesioner *self control*, *fashion involvement* untuk mengumpulkan data. Responden penelitian ini terdiri dari 143 mahasiswa dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya Malang dengan tehnik *purposive sampling*. Untuk melihat hubungan serta tingkat *self control* terhadap *fashion involvement* digunakan metode Analisis Korelasi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diperoleh hasil tingkat *self control* pada mahasiswa FEB UB berada pada kategori sedang dan tingkat *fashion involvement* pada mahasiswa FEB UB berada pada kategori sedang. Korelasi antara *self control* dengan *fashion involvement* adalah 0,778, dengan taraf signifikan sebesar 0,000 dan arah hubungan adalah positif, artinya semakin tinggi *self control* maka semakin tinggi *fashion involvement* pada mahasiswa FEB UB.

ABSTRACT

Sultana, Ariva. 2016. The relations of Self-Control with Fashion Involvement at the Faculty of Economics and Business, University of Brawijaya. Thesis. Faculty of Psychology of the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang.

Supervisor: Zainal Habib, M. Hum

Keywords: Self-Control, Fashion Involvement.

Fashion is something that the development is so rapid. Human desire to always look stylish and up to date is very large. When fashion becomes a person's lifestyle, the person will find all the information about fashion and engage (involvement) in its development. Fashion involvement can also be seen as the level of consumer interest will be a fashion product, the level of consumer interest will depend on the extent to fashion product of involvement fashion itself in following the trend. The students are involved in using any product fashion that starting from a needs or trends and relationships with friends, controls of each student is seen from the use. This study aimed to see how the relationship between self-control toward fashion involvement in the Faculty of Economics and Business of University of Brawijaya (FEB UB).

The aim of this study was 1) to determine the level of self-control students of FEB UB, 2) to determine the level of involvement fashion of students of FEB UB. 3) to determine the relationship between self-control with fashion involvement of students of FEB UB.

This research included quantitative research. In this research used three types of questionnaires, namely questionnaires of self-control, fashion involvement to collect data. The respondents of this study consisted of 143 students from the Faculty of Economics and Business, University of Brawijaya with purposive sampling technique and to see the relationship of self-control toward *fashion involvement* was used method of Correlation Analysis.

Based on the research results, it was obtained that the level of self-control of students of FEB UB was in the medium category and level of fashion involvement of students of FEB UB was medium category. The correlation between self-control with fashion involvement was 0.778, with a significant level of 0.000 and direction of the relationship was positive, meaning that the higher of self-control then the higher of fashion involvement of students of FEB UB.

مستخلص البحث

سلطانة، عاريفا. 2016. العلاقة بين ضبط النفس (*Self-Control*) مع التورط الأزياء (*Fashion Involvement*) في الطلاب كلية الاقتصادية والأعمالية في جامعة براويجايا. بحث جامعي. كلية علم النفس جامعة الاسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج.

المشرف: زين الحبيب، الماجستير

كلمات الرئيسية: ضبط النفس، التورط الأزياء

الموضة هي التي تطورها سريعا جدا. رغبة الإنسان في أن تبدو دائما أنيقة وحتى الآن كبير جدا. عندما يصبح الأزياء أسلوب حياة الشخص، فإن الشخص يجد كل المعلومات عن الموضة والمشاركة (التورط) في تطورها. ويمكن أيضا أن ينظر إلى تورط منوال مستوى مصلحة المستهلك سيكون المنتج المناسب، فإن مستوى مصلحة المستهلك تعتمد على مدى المنتج الموضة من الأزياء تورط نفسها في اتباع هذا الاتجاه. عندما يشارك الطلاب في استخدام أي من الأزياء والمنتجات التي تبدأ من أساس احتياجات أو الاتجاهات والعلاقات مع الأصدقاء، وتسيطر على كل طالب على حدة النظر إلى مدى استخدامه. واما الهدف هذه الدراسة لتعرف العلاقة بين ضبط النفس في التورط الأزياء في كلية الاقتصادية والأعمالية في جامعة براويجايا.

واما الهدف من هذا البحث (1) لتحديد مستوى ضبط النفس الطلاب الكلية الاقتصادية والأعمالية في جامعة براويجايا ، (2) لتحديد مستوى الطلاب التورط الأزياء الطلاب الكلية الاقتصادية والأعمالية في جامعة براويجايا (3) لتحديد العلاقة بين ضبط النفس مع التورط الأزياء الطلاب الكلية الاقتصادية والأعمالية في جامعة براويجايا

وتشمل هذه الدراسة البحث الكمي. في هذه الدراسة استخدمت كانت ثلاثة أنواع من الاستبيانات من ضبط النفس ، التورط الأزياء لجمع البيانات. المستطلعين من هذه الدراسة من 143 طلاب وطالبات من كلية الاقتصادية و الأعمالية جامعة براويجايا مع تقنية أخذ العينات الهادفة. لمعرفة العلاقة ودرجة الأساليب ضبط النفس على التورط الأزياء تستخدم بأسلوب تحليل الارتباط

وبناء على نتائج البحث التي تم الحصول عليها على مستوى ضبط النفس الطلاب الكلية الاقتصادية والأعمالية في جامعة براويجايا هي في الفئة المعتدلة ومستوى التورط الأزياء الطلاب الكلية الاقتصادية والأعمالية في جامعة براويجايا الفئة المتوسطة. العلاقة بين ضبط النفس مع التورط الأزياء هو 0.778، مع قدر كبير يعني 0.000 واتجاه العلاقة هو إيجابي، وهذا يعني أنه كلما ارتفع ضبط النفس فارتفع التورط الأزياء الطلاب الكلية الاقتصادية والأعمالية في جامعة براويجايا

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Fashion merupakan hal yang perkembangannya begitu pesat. Keinginan manusia untuk selalu tampil gaya dan *up to date* sangat besar. Polhemus dan Procter (dalam Barnard, 2011:7-8) mengatakan bahwa dalam masyarakat kontemporer barat, istilah *fashion* kerap digunakan sebagai sinonim dari istilah dandanan, gaya, dan busana. *Fashion* yang dipilih seseorang bisa menunjukkan bagaimana seseorang tersebut memilih gaya hidup yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa dalam dunia modern, gaya hidup membantu menentukan sikap dan nilai-nilai serta menunjukkan status sosial (Barnard, 2011:7-8).

Ketika *fashion* menjadi gaya hidup seseorang, orang tersebut akan mencari semua informasi tentang *fashion* dan terlibat (*involvement*) dalam perkembangannya. *Involvement* atau keterlibatan seseorang terhadap sesuatu adalah motif yang membuat seseorang tertarik atau ingin membeli suatu produk atau mengkonsumsi jasa yang ditawarkan karena dipajang maupun karena situasi yang memungkinkan. *Involvement* bisa diartikan juga sebagai minat atau bagian motivasional yang ditimbulkan oleh stimulus atau situasi tertentu, dan ditujukan melalui ciri penampilan (O`Cass, 2004).

Fashion involvement adalah keterlibatan seseorang dengan suatu produk pakaian karena kebutuhan, kepentingan, ketertarikan dan nilai terhadap produk

tersebut (Japariato, 2011: 33). *Fashion involvement* juga bisa dilihat sebagai tingkat ketertarikan konsumen akan produk *fashion*, tingkat ketertarikan konsumen akan produk *fashion* tergantung dari sejauh mana keterlibatan *fashion* itu sendiri dalam mengikuti tren (Rahmi, 2016: 250). Keterlibatan konsumen terhadap produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang dilakukan konsumen tersebut (Novi, 2015: 2). Seseorang yang terlibat dalam *fashion* akan mengikuti *fashion*, mengumpulkan informasi terkait tren saat ini. Produk *fashion* yang ada saat ini diperuntukkan bagi setiap kalangan, baik untuk anak-anak, remaja maupun orang tua. Ada banyak faktor yang mempengaruhi involvement antara lain adalah materialism, usia, jenis kelamin (O’Cass, 2004: 12).

Setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur dan mengarahkan perilaku. Mekanisme yang dimaksud di atas adalah kontrol diri (*self control*). *Self control* pada satu individu dengan individu lain tidaklah sama. Ada individu yang memiliki *self control* yang tinggi dan ada individu yang memiliki *self control* yang rendah (Widiana, 2004:6-7).

Pada kamus psikologi (Drever, 1988: 30) kontrol diri (*self-control*) didefinisikan sebagai kontrol atau pengendalian yang dijalankan oleh individu terhadap perasaan- perasaannya, gerak-gerak hatinya dan tindakan-tindakannya sendiri. Goldfried dan Merbaum (dalam Ghufro dan Risnawati, 2010: 22) mengartikan sebagai suatu proses yang menjadikan individu sebagai agen utama dalam membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk-bentuk perilaku yang dapat membawanya ke arah konsekuensi positif. Kemampuan mengontrol diri dengan demikian memungkinkan seseorang untuk berperilaku lebih terarah dan

dapat menyalurkan dorongan dari dalam dirinya secara benar. Kontrol diri juga diperlukan untuk mengatur perilaku yang diinginkan untuk menghadapi stimulus sehingga menghasilkan akibat yang diinginkan dan menghindari yang tidak diinginkan (Sarafino, 1998). Menurut Averill (dalam Ghufron & Risnawati, 2010:29) terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*) dan mengontrol keputusan (*decision control*).

Self control dalam Islam sangat dianjurkan bagi setiap muslim. Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an surat al-A'raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaian kalian yang indah pada setiap kalian ke masjid (Tempat ibadah) dan makanlah serta minumlah oleh kalian dan jangan pula kalian berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak suka akan orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Al-Qur'an, Surah7:31)

Berdasarkan ayat di atas juga, bahwa Allah ta'ala menganjurkan seseorang untuk mengenakan pakaian yang baik dan indah saat mau ke masjid tetapi dilarang untuk berlebih-lebihan. Hal ini menunjukkan bahwa kita sebagai anak cucu nabi Adam a.s agar dapat mengontrol diri dalam memilih pakaian (*fashion*) agar tidak menjadi berlebih-lebihan serta tidak sesuai dengan aturan berpakaian yang tidak disukai oleh Allah ta'ala.

Masa remaja adalah masa transisi dalam rentang kehidupan manusia, yang menjembatani masa kanak-kanak dengan masa dewasa (Santrock, 2012). Remaja mengalami proses pembentukan untuk menjadi ideal. Menurut Conger dan

Petersen (dalam Perdani, 2009) seseorang yang memasuki masa remaja akan semakin memperhatikan penampilan fisik dan mulai berpikir bagaimana memperbaiki penampilan agar bermakna dan dimaknai dalam lingkungan sosialnya.

Mahasiswa merupakan bagian dari remaja. Mahasiswa memiliki tuntutan pemenuhan untuk kebutuhannya. Salah satu lingkungan sosial mahasiswa adalah kampus, dan hal itu tidak lepas dari masuk dan keluarnya berbagai informasi dan pengalaman. Tanpa pedoman hidup, seseorang akan sangat mudah terpengaruh dengan keadaan tersebut. Mahasiswa termasuk dalam kategori remaja akhir (Monks. *et al*, 2001:135), pada usia tersebut, mereka membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosialnya, masih dalam tahap pencarian jati diri, dan masih dalam keadaan emosi yang labil. Sejumlah hasil riset menyatakan, sebagian besar sasaran utama iklan adalah remaja karena karakteristik remaja yang masih labil menyebabkan mereka mudah dipengaruhi dan terlibat dalam *fashion* (republika.com, 2004).

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti, tren *fashion* juga berkembang sangat cepat pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB). Hal ini terlihat dari *fashion* yang mereka gunakan cukup *up to date*. Mahasiswa mengikuti *fashion* berdasarkan setiap tren yang ada agar terlihat menarik dan menunjukkan statusnya sebagai mahasiswa *kekinian*.

Berdasarkan hasil wawancara, kurangnya kontrol diri ini juga dialami oleh subjek penelitian, bahwa dalam kehidupannya sebagai mahasiswa perantauan

yang kuliah di Malang, ada yang mengorbankan uang pulsa untuk kuota internet yang gunanya untuk berkomunikasi tetapi digunakan untuk mencari produk *fashion* melalui sosial media agar tetap *update* tentang *fashion* dan tidak ketinggalan zaman. Berikut beberapa hasil wawancara yang dilakukan peneliti:

“Sebelum beli biasanya liat-liat dulu di instagram model apa yang lagi *in*. Soalnya kalau di di instagram banyak *online shop* dari banyak kota, jadi pilihannya lebih banyak dan lebih *up to date* juga. Kalau lagi *pengen banget* beli biasanya *nyari* terus sampai *nemu* yang cocok, kadang suka *ga* sadar kalau kuota tinggal *dikit*, karena penggunaan instagram makan banyak kuota”. (YA, Wawancara 20 Mei 2016)

Penelitian yang dilakukan Harnum (2012: 84) mengatakan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara teknik kontrol diri dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada Mahasiswi di Universitas Islam Negeri Malang, yang artinya semakin tinggi tingkat teknik kontrol diri mahasiswi maka semakin rendah kecenderungan perilaku konsumtifnya dan sebaliknya semakin rendah teknik kontrol diri maka semakin tinggi kecenderungan perilaku konsumtifnya. Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan salah satu subjek:

“Kalau beli baju ke *mall* Matos atau MOG, lihat-lihat, keling-keliling karena ada banyak toko yang bisa dikunjungi. Lama biasanya pilih-pilih *gitu*, dari lantai satu, terus naik ke lantai 2, kadang sampai lupa waktu sholat kalau udah cari-cari baju *gitu*”. (RH, Wawancara 21 Mei 2016)

Subjek lain menyatakan:

”Ngomongin soal *fashion* sama temen-temen ya ada tentang baju-baju yang *lagi up date gitu*, tapi jarang. Kalau beli baju ke Matos biasanya pilih baju, kalau harganya cocok dan suka juga sama bajunya ya beli. Saya jarang buka-

buka instagram atau situs lain yang jual-jual pakaian gitu. Saya kalau mau beli baju *ga ribet* mba, kalau cocok langsung beli”. (ND, Wawancara 21 Mei 2016)

Dari pernyataan di atas, terlihat uraian tentang *self control* yang rendah sehingga tidak mampu mengendalikan diri ketika terlibat dalam fashion (*fashion involvement*) dan menghasilkan dampak perilaku yang negatif seperti membuang waktu dan menghabiskan biaya.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Tangney dkk (2004: 271-322) di dalam *Journal of Personality* yang berjudul, “*High Self Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades and Interpersonal Success*”, bahwa seberapa besar kecenderungan *self control* berpengaruh pada kehidupan sosial, pola emosional dan interpersonal pada Mahasiswa. Ditemukan bahwa orang dengan pengendalian diri yang tinggi mendapat nilai yang lebih baik, keterampilan interpersonal dan hubungan interpersonal yang lebih baik dan memiliki kehidupan emosional lebih optimal daripada orang lain. Artinya, seseorang dengan pengendalian diri yang baik dalam keterampilan interpersonal mampu mengatur diri secara pribadi termasuk dalam keterlibatannya terhadap *fashion* dan menyikap *fashion* secara positif.

Informasi tren *fashion*, sangat mudah diperoleh baik melalui media cetak maupun elektronik sehingga keterlibatan mahasiswa dalam *fashion* memudahkan akses informasinya. Tren baru akan terus *diupdate* yang membuat peningkatan pembelian akan produk *fashion* yang jika *self control* seseorang lemah akan mudah terpengaruh untuk melakukan *impulse buying* dan perilaku konsumtif. Hal tersebut diperkuat dengan penelitian Sari (2009) ten “Hubungan antara Perilaku

Konsumtif dengan Body Image pada Remaja Putri” yang mengatakan bahwa remaja mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.

Keterkaitan antara kontrol diri (*self control*) dengan *fashion involvement* adalah ketika mahasiswa terlibat *fashion* dalam menggunakan setiap produk *fashion* yang ada mulai dari berdasarkan kebutuhan atau tren serta pergaulan dengan temannya, kontrol diri setiap individu mahasiswa terlihat sejauh mana dalam penggunaannya. Sejalan dengan teori yang dikemukakan Rodin menyebutkan bahwa kontrol diri adalah seseorang dapat membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk menghasilkan akibat yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan (dalam Utami & Sumaryono, 2008: 48). *Self control* yang baik dapat menghindari akibat yang tidak baik pada seseorang ketika terlibat dalam *fashion*.

Berdasarkan fenomena dan fakta yang ada, maka peneliti tertarik melakukan penelitian untuk melihat hubungan *self control* dengan *fashion involvement* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

B. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *self control* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya?

2. Bagaimana tingkat *fashion involvement* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya?
3. Adakah hubungan *self control* terhadap *fashion involvement* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya?

C. Tujuan

Tujuan yang ingin dicapai setelah melakukan penelitian berdasarkan rumusan masalah:

1. Untuk mengetahui tingkat *self control* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
2. Untuk mengetahui tingkat *fashion involvement* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya
3. Untuk mengetahui pengaruh *self control* terhadap *fashion involvement* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya?

D. Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini dibagi menjadi dua:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan ilmu psikologi dan menjadi referensi atau masukan bagi penelitian selanjutnya terkait dengan pengaruh tingkat *Self Control* terhadap *Fashion Involvement*.

2. Secara Praktis

Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman kepada masyarakat umum khususnya mahasiswa. Pengendalian diri ini dapat digunakan untuk mengambil keputusan baik pria maupun wanita dalam keinginan untuk mengikuti tren *fashion* saat ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Fashion Involvement*

1. Definisi *Fashion Involvement*

Menurut Malcolm Barnard (2011:7-8), etimologi kata *fashion* berasal dari bahasa Latin yaitu “*factio*” yang artinya "membuat". *Fashion* (mode) adalah proses difusi sosial dimana beberapa kelompok konsumen menggunakan gaya baru. *Fashion* sering disamakan dengan pakaian, namun sebenarnya pengaruh dari proses *fashion* mencakup semua jenis dari fenomena budaya, termasuk seni, musik, arsitektur bahkan ilmu pengetahuan (Solomon, 2013:14). Karena itu, arti asli *fashion* adalah sesuatu kegiatan yang dilakukan seseorang. Sekarang, makna dari *fashion* menjadi sebagai sesuatu yang dikenakan seseorang, khususnya pakaian beserta aksesorinya.

Fashion didefinisikan sebagai sesuatu bentuk dan jenis tata cara atau cara bertindak yang dilakukan atau melibatkan (*involvement*) seseorang. *Involvement* adalah motif yang membuat seseorang tertarik atau ingin membeli suatu produk atau mengkonsumsi jasa yang ditawarkan karena dipajang maupun karena situasi yang memungkinkan (O’Cass, 2004:12). Menurut Zaichkowsky, *involvement* didefinisikan sebagai hubungan seseorang terhadap sebuah objek berdasarkan kebutuhan, nilai, dan ketertarikan (Zaichkowsky, 1985: 341-352). *Involvement* menurut Peter dan

Olson adalah persepsi konsumen atau hubungan personal konsumen terhadap sebuah obyek, event atau kegiatan yang dialami (Peter & Olson, 2008:91).

Fashion involvement adalah persepsi konsumen akan pentingnya *fashion* pakaian (O'Cass, 2001:12). *Fashion Involvement* dapat dipandang sebagai motivasi untuk memproses informasi suatu produk (Mitchell, 1979: 91-196). Selama *fashion involvement* meningkatkan produk, konsumen akan memperhatikan iklan yang berhubungan dengan produk tersebut, memberikan lebih banyak upaya untuk memahami iklan tersebut dan memfokuskan perhatian pada informasi produk yang terkait di dalamnya, di sisi lain, seseorang mungkin tidak akan mau repot untuk memperhatikan informasi yang diberikan (Celsi dan Olson, 1988: 210-224).

Begitu pula dengan *fashion*, banyak orang terlibat dengan *fashion*, menghabiskan waktu dan uang untuk gaya terbaru, sedangkan yang lain (sering kali pria memenuhi syarat di kategori ini) menemukan bahwa berbelanja pakaian adalah sebuah tugas. Sedangkan menurut (autyand elliot, 1998) Keterlibatan *fashion* adalah mungkin terkait dengan kepekaan terhadap lingkungan sosial bahwa mereka yang sangat termotivasi untuk menyesuaikan kelompok tertentu perlu menyadari isyarat *fashion* dari kelompok yang di inginkan, Oleh karena itu, ada kemungkinan bahwa individu dengan keterlibatan *fashion* tinggi cenderung menikmati perilaku berbau.

Dalam pemasaran *fashion*, *fashion involvement* mengacu pada ketertarikan perhatian dengan kategori produk *fashion* (seperti pakaian).

Fashion involvement digunakan terutama untuk meramalkan variabel tingkah laku yang berhubungan dengan produk pakaian seperti keterlibatan produk, perilaku pembelian, dan karakteristik konsumen (Browne and Kaldenberg, 1997; Fairhurst, 1989; Flynn and Goldsmith, 1993 dalam Park 2006).

Dari beberapa definisi di atas terlihat bahwa keterlibatan adalah ketertarikan/minat seseorang terhadap perolehan dan konsumsi barang dan jasa.

2. Dimensi-Dimensi *Involvement*

Ada 2 dimensi *involvement* menurut Peter dan Olson yaitu,

a) Relevansi-diri Intrinsik

Relevansi-diri intrinsik berdasarkan pada pengetahuan konsumen mengenai alat-tujuan melalui pengalaman masa lalu dengan produk yang disimpan dalam memori (Peter & Olson, 2013:90). Misal ketika orang lain menggunakan produk tertentu memiliki konsekuensi dalam mencapai tujuan dan nilai penting.

b) Relevansi-diri Situasional

Relevansi-diri Situasional ditentukan oleh aspek fisik saat itu dan lingkungan fisik sosial mengaktifkan konsekuensi dan nilai penting (Peter & Olson, 2013:90), kemudian membuat produk tersebut relevan. Misal, adanya tanda diskon 50% membuat seseorang yang tadinya tidak ingin membeli jadi membeli.

Sedangkan menurut Ferrinadewi (2005) aspek *involvement* atau keterlibatan yaitu:

a) Keterlibatan *normative*

Tingkat pentingnya produk terhadap nilai-nilai pribadi, emosi dan ego konsumen yang disebut sebagai *sign involvement*, yaitu hubungan citra pribadi konsumen terhadap produk.

b) Keterlibatan resiko subjektif

Perasaan kemungkinan membuat pembelian yang keliru atau disebut juga *risk involvement*.

c) Keterlibatan jangka panjang

Minat dan familiaritas dengan produk sebagai satu kesatuan dan untuk jangka waktu yang lama.

d) Keterlibatan situasional

Kepentingan dan komitmen terhadap produk dalam bentuk loyalitas terhadap merek yang dipilih. Dalam tipe ini keterlibatan hanya berlangsung sementara saja.

Berdasarkan pendapat tokoh dapat disimpulkan bahwa dimensi *fashion involvement* yaitu relevansi-diri intrinsik dan relevansi-diri situasional. Relevansi-diri intrinsik yaitu berdasarkan pada pengetahuan konsumen mengenai alat-tujuan melalui pengalaman masa lalu dengan produk yang disimpan dalam memori. Relevansi-diri Situasional ditentukan oleh aspek fisik saat itu dan lingkungan fisik sosial mengaktifkan konsekuensi dan nilai penting dan membuat produk tersebut relevan

3. Faktor yang Mempengaruhi *Fashion Involvement*

Ada 3 faktor yang mempengaruhi *fashion involvement* (O'Cass, 2001:12) yaitu:

a) *Materialism*

ialah merupakan sekumpulan karakteristik, sikap dan nilai yang berhubungan dengan kepemilikan yang pada akhirnya mengarahkan pada pemilihan sesuatu (Browne and Kaldenberg, 1997:31-44). Semakin materialistic individu maka dia akan semakin ingin memiliki sesuatu (sifat) dan berusaha untuk memiliki sesuatu (sikap) dan memiliki prioritas tinggi akan kepemilikan (nilai yang dianut). Individu semacam ini menggunakan kepemilikan demi mendapatkan suatu citra tertentu dan bergantung pada produk-produk untuk mempertahankan citranya ini (Belk, 1985:75).

b) Usia

Sifat materialistic juga berhubungan dengan usia. Orang dewasa muda dan dewasa cenderung lebih materialistic dibanding anak-anak dan orang tua (Belk, 1985:75). Maka penting untuk melihat usia sebagai salah satu faktor dalam *involvement*.

c) Jenis Kelamin

Sunarto mendefinisikan jenis kelamin sebagai istilah yang mengacu pada perbedaan biologis antara perempuan dan laki-laki (Sunarto, 2000:112). Perbedaan ini terletak antara tubuh laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin dapat dikenali dari karakteristik fisik seperti

rambut di wajah, dada atau gaya pakainnya. Orang biasanya menampilkan jenis kelaminnya sebagai bagian utama dari presentasi dirinya.

Menurut Tiger et.al (1980) wanita lebih terlibat dalam fashion dan menurut Bloch (1981) pria lebih terlibat dalam pemilihan mobil (dalam Sunanto, 2014:17). Menurut Goldsmith et.al (1996) wanita merasa dirinya lebih inovatif dalam fashion dibanding pria, akibatnya dalam pemilihan fashion wanita lebih dominan baik dari segi model, warna dan trend (dalam Sunanto, 2014:17).

Sedangkan Cathrine V Jansson-Boy (2010) mengemukakan bahwa dalam *involvement* terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi, seperti:

- a) *Person Factors*, di mana *involvement* dapat tercipta akibat pengaruh dari orang atau komunitas di sekitar konsumen.
- b) *Object Factors*, di mana *involvement* dapat tercipta akibat pengaruh dari kelebihan / fitur dari produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.
- c) *Situational Factor*, di mana *involvement* dapat tercipta akibat adanya pengaruh atau kejadian tertentu di sekitar konsumen.

Menurut Edwin Japarianto dan Sugiono Sugiharto (2011:32-41) dalam membuat keputusan pembelian pada *fashion involvement* ditentukan oleh beberapa indikator di antaranya yaitu :

a) Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen adalah proses dan aktivitas ketika seseorang berhubungan dengan pencarian, pemilihan, pembelian, penggunaan, serta pengevaluasian produk dan jasa demi memenuhi kebutuhan dan keinginan (Japariato dan Sugiharto, 2011:32-41). Karakteristik konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Untuk barang berharga jual rendah (*low-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah, sedangkan untuk barang berharga jual tinggi (*high-involvement*) proses pengambilan keputusan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

b) Pengetahuan Tentang *Fashion*

Pengetahuan tentang *Fashion* merupakan seorang konsumen yang memahami dan mengetahui adanya *Fashion* terbaru (Japariato dan Sugiharto, 2011:32-41). Berikut ini disajikan untuk pengetahuan tentang *Fashion*:

- 1) Mengetahui tentang *fashion* saat ini
- 2) Mencoba produk *fashion* terlebih dahulu sebelum membelinya
- 3) *Fashion* merupakan hal yang penting dalam semua aktifitas

c) Perilaku Pembelian

Perilaku Konsumen yang menunjukkan minat dalam membeli suatu produk tertentu umumnya akan mengikuti proses pengambilan keputusan tertentu yang mengikuti langkah-langkah seperti: masalah

pengakuan (kebutuhan yang tidak puas), pencarian informasi, evaluasi dari hasil yang diharapkan, pembelian, perilaku pasca pembelian (Japariato dan Sugiharto, 2011:32-41). Proses ini merupakan pedoman untuk mempelajari Perilaku Konsumen dalam membuat keputusan.

Menurut Kotler (2002:183), perilaku pembelian konsumen dipengaruhi oleh :

a) Faktor budaya

- 1) Budaya, merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling mendasar.
- 2) Sub-budaya, masing-masing budaya memiliki sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan lebih banyak ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggotanya
- 3) Kelas sosial, adalah pembagian masyarakat yang relative homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan anggotanya menganut nilai-nilai, minat dan perilaku yang sama

b) Faktor Sosial

- 1) Kelompok acuan, yaitu kelompok yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang
- 2) Keluarga, orang terdekat dalam kehidupan seseorang yang mempengaruhi serta membentuk perilaku

3) Peran dan Status, dimana peran adalah kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang dan masing-masing peran tersebut menghasilkan status

c) Faktor Pribadi, yang terdiri dari usia dan tahap siklus hidup; pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup dan kepribadian dan konsep diri

d) Faktor Psikologis, yang terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap

Berdasarkan pendapat beberapa tokoh dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi fashion involvement yaitu materialism, usia dan jenis kelamin. Faktor lain yaitu, *person factor*, *object factor* dan *situational factor*.

B. *Self Control*

1. Definisi *Self Control*

Kontrol diri (*Self Control*) merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya (Ghufron dan Risnawati, 2010:21-22). Selain itu, juga kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain, dan menutupi perasaannya.

Averill mengemukakan bahwa kontrol diri ialah kemampuan dalam diri individu yang digunakan untuk mengontrol tindakan langsung terhadap lingkungan, pemahaman makna terhadap peristiwa dan kontrol terhadap alternatif suatu pilihan perilaku pada kehidupan sehari-harinya (dalam Ghufron & Risnawati, 2010:22).

Goldfried dan Merbaum mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu ke arah konsekuensi positif (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010:22)

Rodin menyebutkan bahwa kontrol diri adalah perasaan bahwa seseorang dapat membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk menghasilkan akibat yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan (dalam Utami & Sumaryono, 2008: 48).

Calhoun dan Acocella mendefinisikan *self control* sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis dan perilaku seseorang, dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri (dalam Ghufron & Risnawati, 2010:22).

Thompson (dalam Utami & Sumaryono, 2008:48) menyatakan bahwa unsur utama yang menjadi poin penting dalam manifestasi kontrol diri ialah keyakinan individu terhadap dirinya dalam mencapai hasil yang diinginkan dengan cara mengendalikan emosi dan dorongan-dorongan dari dalam dirinya. Di saat inilah mereka bisa atau tidak melakukan pemantauan terhadap

dirinya. Individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung memperhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *self control* adalah kemampuan seseorang untuk mengendalikan serta mengarahkan perilaku yang ada dalam dirinya dan mengarahkannya ke arah yang positif. Selain itu, kontrol diri dapat dimaknai sebagai pengendalian terhadap tingkah laku yang berpotensi negatif.

2. Aspek *Self Control*

Menurut Averill terdapat tiga aspek *self control*, yaitu:

1) Kontrol perilaku (*Behavior control*)

Merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan (dalam Ghufroon dan Risnawati, 2010:29-31). Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, pertama ialah mengatur pelaksanaan (*regulated administration*), merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi dan keadaan. Apakah diri individu itu sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila mampu individu tersebut akan menggunakan sumber eksternal. Kedua, kemampuan memodifikasi *stimulus* (*stimulus modifiability*), yaitu kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan *stimulus* yang tidak dikehendaki dihadapi.

2) Kontrol kognitif (*Cognitive control*)

Merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010:29-31). Aspek ini terdiri atas dua komponen, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Adanya informasi pada diri individu mengenai suatu keadaan yang tidak menyenangkan, individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Individu yang melakukan penilaian berarti individu tersebut berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan dan peristiwa dengan cara memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.

3) Mengontrol keputusan (*Decesional control*)

Merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada apa yang diyakini atau disetujuinya (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010:29-31). Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan

Sedangkan menurut Tangney menyatakan bahwa terdapat lima aspek dalam kontrol diri (*Self control*), yaitu:

1) *Self-discipline*

Mengacu pada kemampuan individu dalam melakukan disiplin diri. Hal ini berarti individu mampu memfokuskan diri pada saat melakukan tugas. Individu dengan *self discipline* mampu menahan dirinya dari hal-hal lain yang dapat mengganggu konsentrasinya (Tangney, Baumeister & Boone, 2014:282-283).

2) *Deliberate/nonimpulsive*

Kecenderungan individu untuk melakukan sesuatu dengan pertimbangan tertentu, bersifat hati-hati, dan tidak tergesa-gesa. Ketika individu sedang bekerja, ia cenderung tidak mudah teralihkan. Individu yang tergolong nonimpulsive mampu bersifat tenang dalam mengambil keputusan dan bertindak (Tangney, Baumeister & Boone, 2014:282-283).

3) *Healthy habits*

Kemampuan mengatur pola perilaku menjadi kebiasaan yang menyehatkan bagi individu (Tangney, Baumeister & Boone, 2014:282-283). Oleh karena itu, individu dengan healthy habits akan menolak sesuatu yang dapat menimbulkan dampak buruk bagi dirinya meskipun hal tersebut menyenangkan. Individu dengan healthy habits akan mengutamakan hal-hal yang memberikan dampak positif bagi dirinya meski dampak tersebut tidak diterima secara langsung.

4) *Work ethic*

Berkaitan dengan penilaian individu terhadap regulasi diri mereka di dalam layanan etika kerja. Individu mampu menyelesaikan pekerjaan dengan baik tanpa dipengaruhi oleh hal-hal di luar tugasnya meskipun hal tersebut bersifat menyenangkan. Individu dengan *work ethic* mampu memberikan perhatiannya pada pekerjaan yang sedang dilakukan (Tangney, Baumeister & Boone, 2014:282-283).

5) *Reliability*

Aspek yang terkait dengan penilaian individu terhadap kemampuan dirinya dalam pelaksanaan rancangan jangka panjang untuk pencapaian tertentu (Tangney, Baumeister & Boone, 2014:282-283). Individu ini secara konsisten akan mengatur perilakunya untuk mewujudkan setiap perencanaannya.

Berdasarkan pendapat tokoh dapat disimpulkan bahwa aspek *self control* yaitu kontrol kognitif, kontrol perilaku serta kontrol keputusan.

3. Jenis - Jenis *Self Control*

Menurut Block terdapat tiga jenis kontrol diri, yaitu:

1) *Over control*

Merupakan kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010:29).

2) *Under control*

Merupakan suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan masak (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010:29).

3) *Appropriate control*

Merupakan kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010:29).

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan di atas, dapat diketahui bahwa setiap individu memiliki kontrol diri yang berbeda. Ada individu yang mampu mengontrol dirinya secara baik, namun ada juga individu yang perlu meningkatkan lagi kontrol diri yang ada pada dirinya.

4. Faktor - faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Mesina & Messina (dalam Gunarsa, 2009) menyatakan bahwa pengendalian diri memiliki beberapa fungsi yaitu:

1. Membatasi perhatian individu terhadap orang lain

Dengan adanya pengendalian diri, individu akan memberikan perhatian pada kebutuhan pribadinya pula, tidak sekedar fokus pada kebutuhan, kepentingan atau keinginan orang lain di lingkungannya. Perhatian yang terlalu banyak pada kebutuhan, kepentingan atau keinginan orang lain akan menyebabkan individu mengabaikan bahkan melupakan kebutuhan pribadinya.

2. Membatasi keinginan individu untuk mengendalikan orang lain di lingkungannya

Dengan adanya pengendalian diri, individu akan membatasi ruang bagi aspirasi dirinya dan memberikan ruang bagi aspirasi orang lain supaya terakomodasi secara bersama-sama.

3. Membatasi individu untuk bertingkah laku negatif

Individu yang memiliki pengendalian diri akan terhindar dari berbagai tingkah laku negative. Pengendalian diri memiliki sebagai kemampuan individu untuk menahan dorongan atau keinginan untuk bertingkah laku (*negative*) yang tidak sesuai dengan norma sosial.

4. Membantu individu untuk memenuhi kebutuhan individu secara seimbang

Individu yang memiliki pengendalian diri yang baik, akan berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dalam takaran yang sesuai dengan kebutuhan yang ingin dipenuhinya. Dalam hal ini, pengendalian diri membantu individu untuk menyeimbangkan pemenuhan kebutuhan hidup.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kontrol diri. Secara garis besar faktor-faktor yang memengaruhi kontrol diri ialah:

- 1) Faktor internal, yang ikut andil terhadap kontrol diri ialah usia. Semakin bertambahnya usia seorang individu, maka semakin baik kemampuan mengontrol dirinya (Ghufron dan Risnawati, 2010:32).
- 2) Faktor eksternal, salah satunya ialah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orangtua menentukan bagaimana seorang individu mengontrol diri (Ghufron dan Risnawati, 2010:32).

Adanya penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Salah satunya ialah faktor usia dan lingkungan keluarga.

C. Remaja

Dalam Kamus Bahasa Indonesia (KBI), mahasiswa didefinisikan sebagai orang yang belajar di Perguruan Tinggi (Kamus Bahasa Indonesia Online, kbfi.web.id). Menurut Siswoyo (2007: 121) mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Mahasiswa adalah manusia yang tercipta untuk selalu berpikir yang saling melengkapi (Dwi Siswoyo, 2007: 121)

Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada 19 masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematangan pendirian hidup (Yusuf, 2012: 27). Para mahasiswa khususnya mahasiswa baru masuk ke dalam kategori remaja akhir yang berusia sekitar 18 - 21 tahun (Monks dkk, 2001).

Masa remaja adalah periode tengah dalam kehidupan manusia (life-span) dimana seseorang mulai bertanya-tanya mengenai berbagai fenomena yang terjadi di lingkungan sekitarnya sebagai dasar bagi pembentukan nilai diri mereka. Ciri-ciri perkembangan remaja lanjut atau remaja akhir (usia 18 sampai 21 tahun) dapat dilihat dalam tugas-tugas perkembangan (Gunarsa, 2001:129-131) yaitu,

a) Menerima keadaan fisiknya

Perubahan fisiologis dan organis yang sedemikian hebat pada tahun-tahun sebelumnya, pada masa remaja akhir sudah lebih tenang. Struktur dan penampilan fisik sudah menetap dan harus diterima sebagaimana adanya. Kekecewaan karena kondisi fisik tertentu tidak lagi mengganggu dan sedikit demi sedikit mulai menerima keadaannya.

b) Memperoleh kebebasan emosional

Masa remaja akhir sedang pada masa proses melepaskan diri dari ketergantungan secara emosional dari orang yang dekat dalam hidupnya (orangtua). Kehidupan emosi yang sebelumnya banyak mendominasi sikap dan tindakannya mulai terintegrasi dengan fungsi-fungsi lain sehingga lebih stabil dan lebih terkendali. Dia mampu mengungkapkan pendapat dan perasaannya dengan sikap yang sesuai dengan lingkungan dan kebebasan emosionalnya.

c) Mampu bergaul

Remaja mulai mengembangkan kemampuan mengadakan hubungan sosial baik dengan teman sebaya maupun orang lain yang berbeda tingkat kematangan sosialnya. Dia mampu menyesuaikan dan memperlihatkan

kemampuan bersosialisasi dalam tingkat kematangan sesuai dengan norma sosial yang ada.

d) Menemukan model untuk identifikasi

Dalam proses ke arah kematangan pribadi, tokoh identifikasi sering kali menjadi faktor penting, tanpa tokoh identifikasi timbul keaburan akan model yang ingin ditiru dan memberikan pengarahannya bagaimana bertingkah laku dan bersikap sebaik-baiknya.

e) Mengetahui dan menerima kemampuan sendiri

Pengertian dan penilaian yang objektif mengenai keadaan diri sendiri mulai terpupuk. Kekurangan dan kegagalan yang bersumber pada keadaan kemampuan tidak lagi mengganggu berfungsinya kepribadian dan menghambat prestasi yang ingin dicapai.

f) Memperkuat penguasaan diri atas dasar skala nilai dan norma

Nilai pribadi yang tadinya menjadi norma dalam melakukan sesuatu tindakan bergeser ke arah penyesuaian terhadap norma di luar dirinya. Baik yang berhubungan dengan nilai sosial ataupun nilai moral. Nilai pribadi adakalanya harus disesuaikan dengan nilai-nilai umum (positif) yang berlaku dilingkungannya.

g) Meninggalkan reaksi dan cara penyesuaian kekanak-kanakan

Dunia remaja mulai ditinggalkan dan dihadapannya terbentang dunia dewasa yang akan dimasuki. Ketergantungan secara psikis mulai ditinggalkan dan ia mampu mengurus dan menentukan sendiri. Dapat

dikatakan masa ini ialah masa persiapan ke arah tahapan perkembangan berikutnya yakni masa dewasa muda.

1. *Self Control* Remaja

Remaja dan *Self control* Remaja (*adolescence*) diartikan sebagai masa perkembangan transisi antara masa kanak-kanak dan masa dewasa (Santrock, 2003:206). Masa-masa remaja ditandai dengan emosi yang mudah berubah atau cenderung untuk tidak dapat mengendalikan dirinya sendiri. Akan tetapi tidak semua remaja mudah tersulut emosinya atau tidak mampu untuk mengontrol dirinya, sebagian remaja telah mampu untuk mengontrol setiap tindakan yang dilakukannya (McMullen, 1999:33). Dikatakan juga bahwa *self control* merupakan prediktor yang kuat terhadap penolakan dari rekan sesamanya pada awal masa remaja. *Self control* juga merupakan prediktor yang signifikan dari hubungannya dengan rekan atau kelompok yang menyimpang, dan menunjukkan bahwa individu dengan *self control* yang rendah akan dipilih dan bergabung kedalam kelompok sebaya yang bermasalah (Chapple & Hope, 2003:671-690).

D. Hubungan *Self Control* Terhadap *Fashion Involvement*

Pada penelitian yang dilakukan oleh Tangney dkk (2004) di dalam *Journal of Personality* (2004) berjudul, “*High Self Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades and Interpersonal Success*”, bahwa seberapa besar kecenderungan *self control* berpengaruh pada kehidupan sosial, pola emosional

dan interpersonal pada Mahasiswa. Ditemukan bahwa orang dengan pengendalian diri yang tinggi mendapat nilai yang lebih baik, keterampilan interpersonal dan hubungan interpersonal yang lebih baik dan memiliki kehidupan emosional lebih optimal daripada orang lain. Kalau dapat diartikan, seseorang dengan pengendalian diri yang baik dalam keterampilan interpersonal dimana itu digunakan secara pribadi tentunya di keterlibatannya dalam *fashion* akan menggunakan *fashion* secara positif agar menjadi pribadi yang lebih baik.

Jika diperjelas, keterkaitan antara kontrol diri (*self control*) dengan *fashion involvement* adalah ketika mahasiswa terlibat dalam *fashion* dalam menggunakan setiap produk *fashion* yang ada mulai dari berdasarkan kebutuhan atau tren serta pergaulan dengan temannya, kontrol diri setiap individu mahasiswa terlihat sejauh mana dalam penggunaannya.

Teori yang dikemukakan Rodin menyebutkan bahwa kontrol diri adalah perasaan bahwa seseorang dapat membuat keputusan dan mengambil tindakan yang efektif untuk menghasilkan akibat yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan (dalam Utami & Sumaryono, 2008: 48). Kontrol diri yang baik apabila mahasiswa ikut atau terlibat dalam penggunaan produk *fashion* tanpa harus menimbulkan dampak negatif serta dapat mengatur keuangannya dalam mencari informasi produk *fashion* tanpa meninggalkan kebutuhan pokoknya. Pada kontrol diri yang buruk apabila ketika mahasiswa menjadi boros serta menjadi konsumtif dalam pembelian produk *fashion* agar tetap terlihat *fashionable* atau mengikuti tren dan tidak ketinggalan jaman.

E. Perspektif Islam tentang *Self Control* dan *Fashion Involvement*

Allah Ta'ala berfirman dalam Al-Qur'an surat al-A'raf ayat 26:

يَا بَنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوَاتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَى ذَٰلِكَ مِنْ آيَاتِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَلِكُ

خَيْرٌ ذَكَّرُونَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Sesungguhnya telah Kami turunkan kepada kalian pakaian untuk menutup aurat kalian dan perhiasan bagi kalian. Tetapi pakaian takwa, itulah yang lebih baik. Demikianlah sebagian tanda-tanda kekuasaan Allah. Mudah-mudahan mereka ingat.” (Al-Qur'an, Surah7:26)

Berdasarkan penjelasan ayat di atas, bahwa Allah ta'ala memberikan fungsi utama pakaian adalah untuk menutupi aurat, yaitu bagian tubuh yang tidak boleh dilihat oleh orang lain kecuali yang dihalalkan dalam agama. Dan dianjurkan untuk berpakaian terbaik yang dimilikinya. Artinya, dalam keterlibatan dengan *fashion* seseorang diperbolehkan berdasarkan fungsinya sebagai penutup aurat dan memperindah diri.

Kemudian lebih lanjut Allah Ta'ala berfirman dalam al-Qur'an surat al-A'raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaian kalian yang indah pada setiap kalian ke masjid (Tempat ibadah) dan makanlah serta minumlah oleh kalian dan jangan pula kalian berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak suka akan orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Al-Qur'an, Surah7:31)

Berdasarkan ayat di atas juga, bahwa Allah ta'ala menganjurkan seseorang untuk mengenakan pakaian yang baik dan indah saat mau ke masjid tetapi dilarang untuk berlebih-lebihan. Hal ini menunjukkan bahwa dianjurkan dalam mengenakan *fashion* yang indah tetapi diatur pemakaiannya untuk tidak

berlebihan dimana kontrol diri diperlukan agar tidak menjadi berlebihan sampai harus boros atau tidak sesuai dengan aturan berpakaian yang tidak disukai oleh Allah ta'ala.

Terdapat penekanan lebih lanjut untuk tidak perlu memilih pakaian yang bagus untuk terlihat bagus atau rapi agar dilihat orang lain melainkan untuk *tawadhu'* pada Allah SWT. Yang dijabarkan oleh Hadits riwayat Tirmidzi.

Dari Mu'adz bin Anas, ia berkata,

مَنْ تَرَكَ اللَّبَاسَ تَوَاضِعًا لِلَّهِ وَهُوَ يَقْدِرُ عَلَيْهِ دَعَاهُ اللَّهُ يَوْمَ الْقِيَامَةِ عَلَى رُءُوسِ الْخَلَائِقِ حَتَّى يُخَيَّرَهُ
مِنْ أَىِّ حُلٍّ الْإِيمَانِ شَاءَ يَلْبَسُهُ

“Barangsiapa yang meninggalkan pakaian (yang bagus) disebabkan *tawadhu'* (merendahkan diri) di hadapan Allah, sedangkan ia sebenarnya mampu, niscaya Allah memanggilnya pada hari kiamat di hadapan segenap makhluk dan ia disuruh memilih jenis pakaian mana saja yang ia kehendaki untuk dikenakan.” (HR. Tirmidzi no. 2481 dan Ahmad 3: 439. Al Hafizh Abu Thohir mengatakan bahwa sanad hadits ini hasan).

F. Hipotesis

Berdasarkan pemaparan di atas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif antara *self control* dengan *fashion involvement*.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian adalah mencatat perencanaan dan prosedur dari sebuah penelitian, dalam rancangan ini meliputi cara berpikir dan merancang suatu strategi untuk menemukan sesuatu (Creswell, 2013:3)

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2007:13). Penelitian kuantitatif banyak dituntut menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap angka tersebut, serta penampilan dari hasilnya (Arikunto, 2005:262).

Alasan menggunakan pendekatan ini untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh diantara kedua variabel maka digunakanlah metode deskriptif analisis dengan menggunakan penelitian survey yang di dukung oleh data yang diperoleh melalui penelitian lapangan. Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *independent variable* (IV) terhadap *dependent variable* (DV) dan bagaimana kriterium (*dependent variable*)

dapat diprediksikan melalui prediktor (*independent variable*), secara individual (parsial), maupun secara bersama-sama (simultan) (Nisfiannoor, 2009:163).

B. Identifikasi Variabel

Menurut Sugiyono (2011) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini variabel yang akan dikaji adalah:

1. Variabel Dependen (terikat) : *fashion involvement* (Y)
2. Variabel Independen (bebas) : *self control* (X)

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar, 2007:74). Adapun definisi operasional dari variabel-variabel yang ada pada penelitian ini sebagai berikut :

1. *Self control*

Self Control adalah pengendalian tingkah laku dengan melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum melakukan sesuatu untuk bertindak yang meliputi kontrol kognitif, kontrol perilaku dan kontrol keputusan.

2. *Fashion Involvement*

Fashion Involvement adalah keterlibatan konsumen terhadap suatu produk *fashion* yaitu pakaian (busana) yang didorong oleh kebutuhan dan ketertarikan terhadap produk tersebut atau dengan kata lain ketertarikan perhatian pelanggan pada produk *fashion*.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Azwar (2007:77) populasi didefinisikan sebagai kelompok subjek yang hendak dikenai generalisasi hasil penelitian. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2015 yang sedang melakukan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang berjumlah 951 orang. Alasan memilih mahasiswa karena mahasiswa masuk dalam kategori remaja akhir (18-21 tahun). Dipilihnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEB UB) karena salah satu fakultas favorit yang ada di UB dan berdasarkan hasil observasi, dalam melakukan studi ataupun bergaul di lingkungan kampus sebagian besar mahasiswanya terlihat *fashionable*.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi (Anwar, 2009:10).

Teknik yang digunakan dalam pemilihan subjek Sampel dipilih dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu suatu teknik yang digunakan dengan menentukan kriteria khusus terhadap sampel, terutama yang dianggap ahli (Prasetyo, 2012). Maka dalam penelitian ini peneliti menanyakan data demografis terlebih dahulu sebelum dijadikan subjek penelitian dengan menggunakan wawancara singkat sebelum mengisi kuisioner yang akan dikerjakan subjek.

Arikunto (2003:134) menyatakan bahwa apabila subjek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua, sedangkan untuk subjek yang lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15% atau 20-25%. Karena populasi penelitian lebih dari 100, maka peneliti mengambil 15% dari populasi.

Berdasarkan teori di atas, maka penelitian ini mengambil ukuran sampel dengan cara 15% dari jumlah keseluruhan mahasiswa FEB UB yang dijadikan populasi yaitu 951 responden. Sehingga jumlah mahasiswa yang dijadikan sampel sebanyak 143 responden.

Adapun kriteria subjek dalam penelitian ini adalah:

- a. Mahasiswa yang tercatat aktif yang sedang melakukan studi S1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya angkatan 2015.
- b. Berada pada rentan usia 18-21 tahun.
- c. Mahasiswa terlibat dalam *fashion*.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara pengambilan data atau disebut dengan instrumen. Instrumen penelitian merupakan alat bantu bagi peneliti dalam mengumpulkan data. Arikunto (2006) menyatakan, instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan jenis metode angket dan observasi.

1. Skala

Skala merupakan perangkat pertanyaan yang disusun untuk mengungkap atribut tertentu melalui respon terhadap pernyataan tersebut. Skala sebagai bentuk instrumen pengumpulan data yang sangat fleksibel dan relatif mudah digunakan. Data yang diperoleh lewat penggunaan skala adalah data yang dikategorikan sebagai data faktual (Azwar, 2013).

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode angket tertutup, yaitu daftar pernyataan atau pertanyaan yang harus dijawab subjek. Angket ini meneliti 2 variabel, yaitu *self control* dan *fashion involvement* pada mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Skala yang digunakan pada penelitian ini adalah skala Likert. Skala ini berisikan sejumlah pernyataan yang menyatakan obyek yang hendak diungkap. Pemberian skor pada skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini merujuk pada lima alternatif jawaban, yakni: sangat sesuai dengan skor 5, sesuai dengan skor 4, netral dengan skor 3, tidak sesuai dengan skor 2, dan sangat tidak sesuai dengan skor 1. Skor ini untuk

pernyataan yang *favourable* sedangkan untuk pernyataan yang *unfavourable* diskor sebaliknya.

Adapun alasan dipergunakan angket dalam penelitian ini adalah:

- a. Subjek adalah yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- b. Apa yang dinyatakan oleh subjek tentang pernyataan-pernyataan yang diajukan adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Interpretasi subjek tentang pernyataan yang diajukan adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti

2. Observasi

Observasi adalah sebagai metode pengumpulan data dengan cara pengamatan dan pencatatan dengan sistematis fenomena-fenomena yang diselidiki. Observasi dilakukan untuk melihat keterlibatan subjek terhadap *fashion* serta sebagai pengambilan data untuk mengetahui fakta yang terjadi di lapangan. Berdasarkan hasil observasi, bahwa sebagian besar mahasiswa FEB UB terlibat dalam *fashion* baik dalam bergaul maupun saat melakukan studi. Observasi juga digunakan untuk menentukan tempat dan subyek yang akan digunakan untuk penelitian. Data yang didapat dari observasi hanya digunakan sebagai data sekunder penelitian.

3. Wawancara

Wawancara digunakan peneliti untuk mengetahui ada tidaknya permasalahan yang terjadi di tempat penelitian. Wawancara dilakukan

kepada dua mahasiswa Ekonomi Universitas Brawijaya. Satu orang perempuan dan satu orang laki-laki. Berdasarkan hasil wawancara terhadap mahasiswi didapati agar terlihat tetap *fashionable*, subjek rela mengorbankan uang makannya demi membeli produk *fashion*. Wawancara terhadap salah satu mahasiswa, didapati bahwa tidak perlu membeli produk *fashion* yang baru selama masih ada dan layak yang bisa dipakai dalam melakukan studi.

F. Instrument Penelitian

Adapun angket yang digunakan dalam penelitian ini adalah berupa skala model Likert. Menurut Nazir (1998), skala likert diyakini memiliki beberapa keunggulan, antara lain:

1. Merupakan metode pernyataan sikap yang menggunakan respon subyek dengan dasar penentuan nilai skalanya, tidak diperlukan adanya keterangan, dapat menghemat waktu, tenaga dan biaya.
2. Skalanya relatif mudah dibuat.
3. Reliabilitasnya cukup tinggi.
4. Jangka respon yang besar membuat skala likert dapat memberikan keterangan yang lebih nyata dan jelas tentang pendapat dan sikap yang dimiliki subyek.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala *self control* dan skala *fashion involvement* yang keduanya dibuat sendiri oleh peneliti.

Adapun penjelasan lebih lanjut mengenai hal tersebut sebagai berikut:

1. *Self control*

Skala *self control* yang digunakan dalam penelitian ini disusun sendiri oleh peneliti. Skala ini mengacu pada skala kontrol diri oleh Averill (1973) Aitem tersebut diadaptasi sesuai dengan kebutuhan pada penelitian ini. Skala ini terdiri dari 3 aspek, yaitu:

Aspek *self control*

1. Kontrol perilaku (*Behavior control*)
2. Kontrol kognitif (*Cognitive control*)
3. Kontrol keputusan (*Desicion control*)

Menurut Sugiyono (2008) instrumen merupakan alat bantu yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengukuran. Untuk mengungkap fakta mengenai variabel *self control*, digunakan skala *self control* dengan jumlah aitem 30 butir yang terbagi dari 25 pernyataan *favourable* dan 5 butir pernyataan *unfavourable*.

Terdapat dua jenis pernyataan dalam skala ini yaitu pernyataan *favourable* dan *unfavourable*. Pernyataan *favourable* yaitu pernyataan yang berisi tentang hal-hal positif mengenai objek sikap. Sebaliknya pernyataan *unfavourable* adalah pernyataan yang berisi tentang hal-hal negatif mengenai objek sikap, yaitu bersifat tidak mendukung ataupun kontra terhadap objek sikap yang diungkap.

Adapun petunjuk skoring yang digunakan berdasarkan pernyataan yang *favourable* dan *unfavourable* adalah sebagai berikut:

Untuk pernyataan yang *favourable*

- a. Skor 5 untuk jawaban sangat setuju (SS)
- b. Skor 4 untuk jawaban setuju (S)
- c. Skor 3 untuk jawaban netral (N)
- d. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju (TS)
- e. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

Untuk pernyataan *unfavourable*

- a. Skor 1 untuk jawaban sangat setuju (SS)
- b. Skor 2 untuk jawaban setuju (S)
- c. Skor 3 untuk jawaban netral (N)
- d. Skor 4 untuk jawaban tidak setuju (TS)
- e. Skor 5 untuk jawaban sangat tidak setuju (STS)

Tabel 3.1 Blue Print Self Control Scale

No	Aspek	Indikator	Aitem F/UF	Jumlah
1	Kontrol perilaku (<i>Behavior control</i>)	Mengatur pelaksanaan Memodifikasi stimulus	1,2,3,4,5,6 7,8,10/9	10
2	Kontrol kognitif (<i>Cognitive control</i>)	Memperoleh Informasi Melakukan penilaian	11,12,14/13 16,17,18/15	8
3	Kontrol keputusan (<i>Decision Control</i>)	Kesempatan Memilih Kebebasan Memilih Kemungkinan Memilih	20,21,22/19 23,25,26/24 27,28,29,30	12

2. Fashion Involvement

Skala *fashion involvement* yang digunakan dalam penelitian ini disusun sendiri oleh peneliti. Skala ini mengacu pada model dasar keterlibatan produk konsumen oleh Richard & Olson (1988) yang terdiri dari terdiri dari 2 dimensi dan 8 indikator, yaitu:

Dimensi *fashion involvement*,

1. Relevansi-diri Intrinsik
2. Relevansi-diri Situasional

Tabel 3.2 Blue Print Fashion Involvement

No	Dimensi	Indikator	Aitem F/UF	Jumlah
1	<i>Intrinsic self-relevance</i> (Relevansi-diri intrinsik)	Mengetahui tujuan dari menggunakan <i>fashion</i>	1,2,3/4	4
		<i>Fashion</i> merupakan cerminan kepribadian	5,6,7/8	4
		Mampu memilih <i>fashion</i>	10,11,12/9	4
2	<i>Situational self-relevance</i> (Relevansi-diri situasional)	Memperhatikan tren <i>fashion</i>	13,14,15,16	4
		Melakukan pertimbangan sebelum membeli	17,18,19,20	4
		Menggunakan waktu yang diperlukan untuk <i>fashion</i>	21,22,23/24	4
		Melibatkan orang lain dalam membeli	25,26,27,28	4
		Mengetahui karakteristik produk	29,30,31/32	4

G. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Validitas adalah pertimbangan yang paling utama dalam mengevaluasi kualitas tes sebagai instrumen ukur. Konsep validitas mengacu kepada kelayakan, kebermaknaan, dan kebermanfaatan inferensi tertentu yang dapat dibuat berdasarkan skor hasil tes yang bersangkutan (Azwar, 2012:131)

Koefisien validitas yang tidak begitu tinggi, katakanlah berada disekitar angka 0,50 akan lebih dapat diterima dan dianggap memuaskan dari pada koefisien realibitas dengan angka yang sama. Namun apabila koefisien validitas itu kurang dari 0,30 biasanya dianggap sebagai tidak memuaskan (Azwar, 1997:103). Validitas penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.3 Validitas Variabel *Self Control*

No	Aspek	No Aitem Valid	Jumlah	Indeks Validitas	Aitem Gugur	Jumlah
1	Kontrol perilaku	1,2	2	0,388-0,656	3,4,5,6 7,8,9,10	8
2	Kontrol kognitif	11,12,14, 15,16,18	6	0,300-0,711	13 17	2
3	Kontrol keputusan	19,21,22 23,25,26 30	7	0,863-0,937	20 24 27,28,29	5
		Jumlah	15		15	

Dapat dijelaskan pada tabel 3.3 bahwa dari 30 aitem, hanya terdapat 15 aitem yang dapat dikatakan valid, karena menunjukkan indeks di atas 0,30 yaitu 0,388-0,711. Sedangkan 15 aitem yang memiliki koefisien kurang dari 0,30 dinyatakan tidak valid. Dalam hal ini peneliti mengacu pada pendapat Azwar (2012:167) yang menyatakan bahwa standar pengukuran yang digunakan untuk menentukan validitas aitem dikatakan valid apabila $\geq 0,300$.

Tabel 3.4 Validitas Variabel *Fashion Involvement*

No	Dimensi	No Aitem Valid	Jumlah	Indeks Validitas	Aitem Gugur	Jumlah
1	Relevansi Diri	1,2,3,4 5,6,7, 9,10,11,12	11	0,355-0,592	8	1
2	Situasional	13,14,15,16 17,19,20 21,22 25,26,27,28 29,30,31,32	17	0,324-0,641	18 23,24	3
Jumlah			28		4	

Dapat dijelaskan pada tabel 3.4 bahwa dari 32 aitem, terdapat 28 aitem yang dapat dikatakan valid, karena menunjukkan indeks di atas 0,30 yaitu 0,324-0,641. Sedangkan 4 aitem yang memiliki koefisien kurang dari 0,30 dinyatakan tidak valid.

2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan suatu pengukuran yang mampu menghasilkan data yang memiliki tingkat reliabel (Azwar, 2012:110). Reliabilitas berkaitan dengan pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat

dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data (juga mengukur variabel) karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data (ukuran) yang sama (Ashori, 2009).

Reliabilitas dinyatakan koefisien, apabila terdapat pada angka antara 0 sampai 1,00. Semakin tinggi koefisien mendekati angka 1,00 berarti reliabilitas alat ukur semakin tinggi. Sebaliknya reliabilitas alat ukur yang rendah ditandai oleh koefisien reliabilitas yang mendekati angka 0 (Azwar, 2012:112).

Setelah dilakukan uji coba alat ukur *self control* dengan menggunakan SPSS 24 *for windows*, hasil yang didapat adalah 0,841. Hal tersebut menunjukkan bahwa reliabilitas alat ukur ini sangat kuat. Demikian halnya dengan alat ukur *fashion involvement*, hasil yang diperoleh adalah 0,879. Angka tersebut menggambarkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel.

H. Metode Analisis Data

Teknik analisis dalam penelitian dibagi menjadi dua, yaitu teknik analisis data deskriptif dan teknik analisis data inferensial. Teknik analisis data penelitian secara deskriptif dilakukan melalui statistika deskriptif, yaitu statistika yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau

menggambarkan data yang telah terkumpul. Sebagaimana teknik analisis data statistika deskriptif antara lain penyajian data melalui tabel, grafik, diagram, persentase, frekuensi, perhitungan mean, median atau modus.

Sementara itu teknik analisis data inferensial dilakukan dengan statistik inferensial, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Ciri analisis data inferensial adalah digunakannya rumus statistik tertentu (misalnya uji t, uji F, dan lain sebagainya). Hasil dari perhitungan rumus statistik inilah yang menjadi dasar pembuatan generalisasi dari sampel bagi populasi. Dengan demikian, statistik inferensial berfungsi untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel bagi populasi. Sesuai dengan fungsi tersebut maka statistik inferensial cocok untuk penelitian sampel.

Adapun teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel terikat. Analisis kuantitatif dengan metode statistik yang digunakan adalah analisis regresi linier. Analisis regresi linier adalah analisis yang mengukur pengaruh antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) (Sunyoto, 2011:9). Alasan mengapa peneliti menggunakan analisis regresi linier yaitu karena peneliti mengukur pengaruh antara satu variabel bebas terhadap variabel terikat.

Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini, yaitu:

1. Men-score aitem keseluruhan dengan bentuk excel.
2. Menguji Validitas dan Reabilitas
3. Menguji Normalitas Linieritas
4. Menentukan Mean Hipotetik dan Standar Deviasi
5. Menentukan kategorisasi *self control* dan *fashion involvement*



BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Kondisi Geografis

1. Universitas Brawijaya

Universitas Brawijaya (biasa disingkat UNBRA, UNIBRAW atau singkatan resmi UB) merupakan lembaga pendidikan tinggi negeri di Indonesia yang berdiri pada tahun 1963 di Kota Malang melalui Ketetapan Menteri Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan No. 1 tanggal 5 Januari 1963, kemudian disahkan oleh Keputusan Presiden no. 196 tahun 1963 yang kemudian tanggal 5 Januari ditetapkan sebagai hari lahir Universitas Brawijaya. Jumlah mahasiswa saat ini lebih dari 55 ribu orang dari berbagai strata mulai program Diploma, program Sarjana, program Magister, dan program Doktor selain program Spesialis tersebar dalam 15 Fakultas dan 2 Program pendidikan setara fakultas.

Universitas Brawijaya memiliki kampus pusat yaitu di Malang (Ketawanggede, Puncak Dieng, Griyasahanta), dan cabang di Kediri, Kasembon, Jakarta, dan Probolinggo untuk pendidikan maupun penelitian. Pada tahun 2013, terdapat 143 program studi yang terdiri dari Diploma 3 (D3): 4; Diploma 4 (D4): 4; Sarjana (S1): 64; Magister (S2): 39; Doktor (S3): 14; Spesialis 1 (Sp1): 15; Profesi: 3. Jumlah mahasiswa baru tahun 2014 yaitu 13.237 mahasiswa dan total seluruh mahasiswa adalah 59.469 orang, sedangkan lulusan tahun

2014 sebanyak 8.427 mahasiswa. Saat ini ada tiga fakultas yang terakreditasi Internasional yaitu Ekonomi dan Bisnis, Teknologi Pertanian, dan Ilmu Administrasi. Sedangkan untuk semua fakultas, lembaga, dan unit telah mendapatkan sertifikat manajemen ISO. Universitas Brawijaya memiliki visi menjadi World Class Entrepreneurial University terus mengembangkan dan memperbaiki internal maupun eksternal kampus untuk mewujudkan visi tersebut. (Wikipedia.org:2016)

2. Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (FEBUB) didirikan pada 27 Juni 1957 dan diberi nama PTEM (Perguruan Tinggi Ekonomi. Sebuah salah satu universitas tertua di Indonesia, FEB UB telah mengalami banyak transformasi kelembagaan, yang mengedepankan profesionalisme, integritas dan bertujuan untuk menciptakan lulusan terbaik yang mampu bersaing di era globalisasi. FEB UB memiliki visi menjadi lembaga pendidikan bertaraf internasional di bidang ekonomi dan bisnis yang berjiwa wirausaha dan berkesadaran ketuhanan, kemanusiaan, dan lingkungan. FEB UB telah melalui berbagai kegiatan dan kerjasama dengan beberapa perguruan tinggi dari seluruh dunia dan juga telah mencapai akreditasi dari lokal (tingkat A, Badan Akreditasi Nasional) maupun internasional (ABEST21 dan AACSB).

Dalam melaksanakan tujuan “tri dharma” pendidikan tinggi (pendidikan dan pembelajaran, penelitian dan pengembangan sama pelayanan masyarakat) FEB UB selalu mendukung setiap upaya perbaikan

dan perwujudan kegiatan inovatif. Pengajaran dan pembelajaran di FEB UB didukung oleh kualitas dan kuantitas kuliah, sebagian besar dari mereka yang lulus dari berbagai perguruan tinggi luar biasa (dalam dan luar negeri). Selain itu, ada beberapa fasilitas pendukung untuk kegiatan belajar mengajar dan mengutamakan perbaikan dan renovasi fasilitas, seperti perpustakaan dan ruang baca, laboratorium komputer dan perangkat yang mendukung dalam setiap kelas.

FEB UB akan selalu mentransformasikan dirinya menjadi lembaga pendidikan yang lebih baik dan lebih baik, menciptakan lulusan terbaik yang mampu menghadapi persaingan global dan juga membawa kontribusi positif kepada masyarakat. Transformasi ini selalu dilakukan dalam perbaikan aspek internal, yaitu. pendidikan, penelitian, dan pengabdian masyarakat. Dan akhirnya, FEB UB mungkin dapat menciptakan masa depan yang lebih baik bagi siswa dengan memberikan pendidikan yang berkualitas. (feb.ub.ac.id:2016)

B. Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

a) Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji untuk mengukur apakah data yang didapat memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik (statistik inferensial). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov Test* program *SPSS 22.0*

Microsoft for Window. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* adalah jika nilai signifikan $p > 0,05$ maka distribusinya dapat dikatakan distribusi normal.

Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada Tabel di bawah ini.

Tabel 4.1 *Kolmogorov-Smirnov Test*

Variabel	N	Sig.	Status
<i>Self control</i>		0,789	Normal
<i>Fashion Involvement</i>	143	0,522	Normal

Berdasarkan tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa nilai signifikan untuk variabel *self control* sebesar 0,789 dan *fashion involvement* sebesar 0,522. Hasil dari nilai signifikan dari variabel *self control* dan *fashion involvement* $p > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa populasi berdistribusi normal. Dapat disimpulkan bahwa populasi dari variabel *self control* dan *fashion involvement* berdistribusi dengan baik atau normal, dalam artian populasi pada aspek-aspek tersebut sudah cukup mewakili untuk pengujian selanjutnya dengan menggunakan statistik parametik.

b) Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel-variabel yang bersangkutan memiliki hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji linieritas dalam penelitian ini akan menggunakan Test for Linierity pada SPSS 22.0 *Microsoft for window*. Pengambilan keputusan dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dasar pengambilan

keputusan dalam uji linieritas adalah jika nilai signifikan $p < 0,05$ maka variabel memiliki hubungan yang linier. Hasil dari uji linieritas dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.2 Test for Linierity

Variabel	Sig.	Status
<i>Self control</i>	0,000	Linier
<i>Fashion Involvement</i>		

Dari tabel di atas dapat dijelaskan bahwa nilai signifikansi pada variabel *Self control* dan *Fashion Involvement* didapati nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya signifikansi tersebut $p < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa antara variabel *Self control* dan *Fashion Involvement* terdapat hubungan yang linier.

2. Analisis Deskriptif

Diagram batang merupakan penyajian data secara visual dari dua buah sumbu yaitu ordinat dan axis. Analisis deskriptif dalam penelitian ini akan dibantu dengan aplikasi *Microsoft Office Excel 2007* dan *SPSS 22.0 Microsoft for window*. Pada analisis deskriptif ini peneliti akan menggunakan grafik diagram batang yang terdapat tiga kategorisasi yaitu, tinggi, rendah, dan sedang. Hasil analisis deskriptif dapat dilihat pada diagram di bawah ini.

Tabel 4.3 Penggolongan Norma

No	Kategorisasi	Norma
1	Tinggi	$X \geq M + 1SD$
2	Sedang	$M-1 SD \leq X < M + 1SD$
3	Rendah	$X < M - 1 SD$

Keterangan:

X : Skor yang diperoleh subjek pada skala

M : Mean Hipotetik

SD : Standar Deviasi Hipotetik

a. Analisis Data *Fashion Involvement*

Dalam menganalisis data *Fashion Involvement*, berikut ini akan dipaparkan gambaran umum tingkat *Fashion Involvement*.

1) Mencari Mean Hipotetik (M) dan Standar Deviasi Hipotetik

Untuk mengetahui ketegorisasi variabel *fashion involvement*, maka

terlebih dahulu mencari Mean Hipotetik (M) dan Standar Desviiasi

Hipotetik (SD). Hasil penghitungan selengkapnya dijabarkan sebagai

berikut:

a) Menghitung *mean* hipotetik (μ), dengan rumus:

$$\mu = \frac{1}{2}(imax + imin)\sum k \quad \text{Ket:}$$

$$= \frac{1}{2}(5 + 1)28 \quad \mu \quad : \text{mean hipotetik}$$

$$= \frac{1}{2}(6)28 \quad imax \quad : \text{skor maksimal item}$$

$$= \frac{1}{2}168 \quad imin \quad : \text{skor minimal item}$$

$$= 84 \quad \sum k \quad : \text{jumlah item}$$

b) Menghitung standar deviasi hipotetik:

$$\begin{aligned}\sigma &= \frac{1}{6}(X_{max} - X_{min}) \\ &= \frac{1}{6}(140 - 28) \\ &= \frac{1}{6}(112) \\ &= 19\end{aligned}$$

Ket:

σ : mean hipotetik

X_{max} : skor maksimal *item*

X_{min} : skor minimal *item*

Tabel 4.4 Deskripsi Statistik Data *Fashion Involvement*

Variabel	Skor Hipotetik			
	Min	Maks	M	SD
<i>Fashion Involvement</i>	28	140	84	19

Skor hipotetik variabel *fashion involvement* didapatkan dari tabulasi skor *fashion involvement* yang terdiri dari 28 *aitem* valid.

Skor terendah tiap *aitem* = 1, dan skor tertinggi = 5. Berdasarkan dari jumlah *aitem* skala tersebut maka dapat diketahui bahwa skor total jawaban minimum = 28 dan skor jawaban maksimum = 140.

Rerata hipotetik variabel *fashion involvement* adalah = 84. Standar Deviasi hipotetiknya sebesar = 19.

2) Menentukan Kategorisasi

Selanjutnya menganalisa tingkat *fashion involvement* pada masing-masing responden penelitian, berikut ini akan dipaparkan pengkategorisasian dan tingkat *fashion involvement* mahasiswa FEB UB. Berikut dibawah ini deskriptif pengkategorisasian.

Tabel 4.5 Pengkategorisasian Tingkat *Fashion Involvement*

No	Kategori	Norma	Hasil
1	Tinggi	$X \geq M + 1SD$	$X > 103$
2	Sedang	$M-1 SD \leq X < M + 1SD$	$65 \leq X < 102$
3	Rendah	$X < M - 1 SD$	$X < 64$

3) Menentukan prosentase

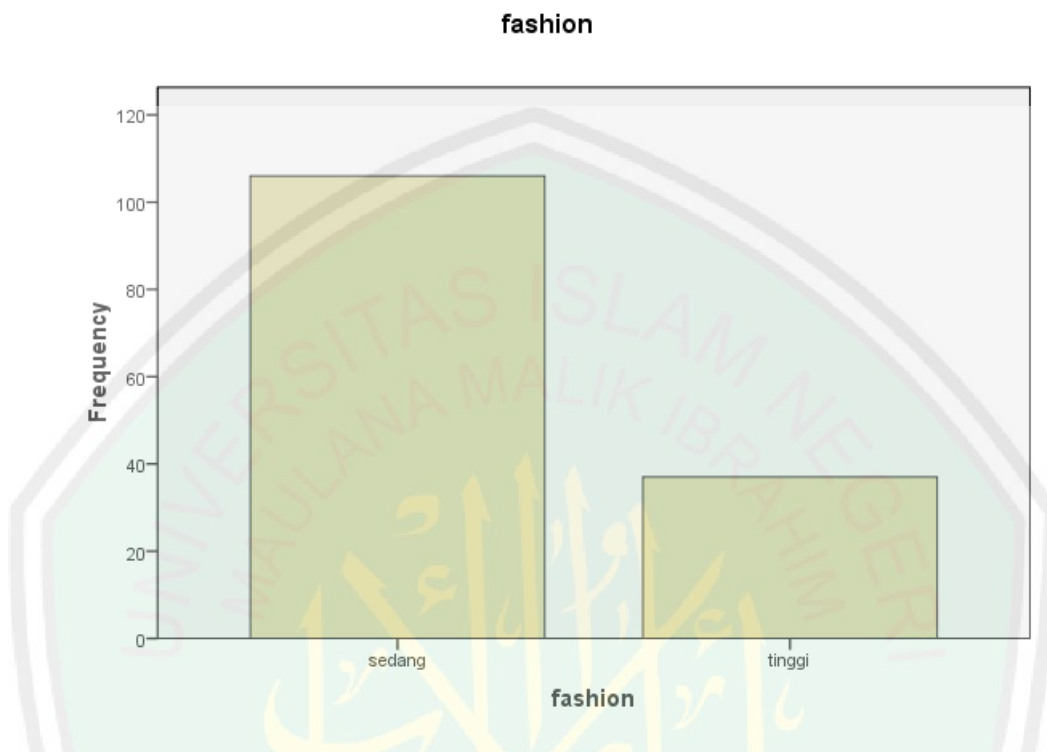
Setelah mengetahui kategorisasi tinggi, sedang, dan rendah, maka langkah selanjutnya adalah mengetahui prosentase dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Selanjutnya diperoleh analisis hasil prosentase tingkat *fashion involvement* pada mahasiswa FEB UB sebagai berikut.

Tabel 4.6 Hasil Deskriptif Tingkat *Fashion Involvement* Mahasiswa FEB UB

No	Kategori	Norma	Interval	F	P
1	Tinggi	$X \geq M + 1SD$	>103	37	26%
2	Sedang	$M-1 SD \leq X < M + 1SD$	65 - 102	106	74%
3	Rendah	$X < M - 1 SD$	<64	0	0%



Gambar 4.1 Grafik Diagram Batang Tingkat *Fashion Involvement*

Berdasarkan gambar 4.1 dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa FEB UB memiliki tingkat sedang dalam *fashion involvement*. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil skor tingkat sedang sebesar 74% dengan jumlah frekuensi 106 subjek. Mahasiswa yang memiliki tingkat tinggi untuk *fashion involvement* sebesar 26% dengan jumlah frekuensi 37 subjek.

b. Analisis Data *Self Control*

Dalam menganalisis data *self control*, berikut ini akan dipaparkan gambaran umum *self control*.

1) Mencari Mean Hipotetik (M) dan Standar Deviasi Hipotetik

Untuk mengetahui kategorisasi variabel *self control*, maka terlebih dahulu mencari Mean Hipotetik (M) dan Standar Desviiasi Hipotetik (SD). Hasil penghitungan selengkapnya dijabarkan sebagai berikut:

a) Menghitung *mean* hipotetik (μ), dengan rumus:

$$\begin{aligned}\mu &= \frac{1}{2}(imax + imin)\Sigma k && \text{Ket:} \\ &= \frac{1}{2}(5 + 1)15 && \mu \quad : \text{mean hipotetik} \\ &= \frac{1}{2}(6)15 && imax \quad : \text{skor maksimal item} \\ &= \frac{1}{2}90 && imin \quad : \text{skor minimal item} \\ &= 45 && \Sigma k \quad : \text{jumlah item}\end{aligned}$$

b) Menghitung standar deviasi hipotetik

$$\begin{aligned}\sigma &= \frac{1}{6}(Xmax - Xmin) && \text{Ket:} \\ &= \frac{1}{6}(75 - 15) && \sigma \quad : \text{mean hipotetik} \\ &= \frac{1}{6}(60) && Xmax \quad : \text{skor maksimal item} \\ &= 10 && Xmin \quad : \text{skor minimal item}\end{aligned}$$

Tabel 4.7 Deskripsi Statistik Data *Self Control*

Variabel	Skor Hipotetik			
	Min	Maks	M	SD
Penerimaan diri	15	75	45	10

Skor hipotetik variabel *self control* didapatkan dari tabulasi skor *self control* yang terdiri dari 15 *aitem* valid. Skor terendah tiap *aitem* = 1, dan skor tertinggi = 5. Berdasarkan dari jumlah *aitem* skala tersebut

maka dapat diketahui bahwa skor total jawaban minimum = 15 dan skor jawaban maksimum = 75. Rerata hipotetik variabel *self control* = 45. Standar Deviasi hipotetiknya sebesar = 10.

2) Menentukan Kategorisasi

Selanjutnya menganalisa tingkat *self control* pada masing-masing responden penelitian, berikut ini akan dipaparkan pengkategorisasian dan tingkat *self control* mahasiswa FEB UB. Berikut dibawah ini deskriptif pengkategorisasian.

Tabel 4.8 Pengkategorisasian Tingkat *Self Control*

No	Kategori	Norma	Hasil
1	Tinggi	$X \geq M + 1SD$	$X > 56$
2	Sedang	$M - 1 SD \leq X < M + 1SD$	$35 \leq X < 55$
3	Rendah	$X < M - 1 SD$	$X < 34$

3) Menentukan Prosentase

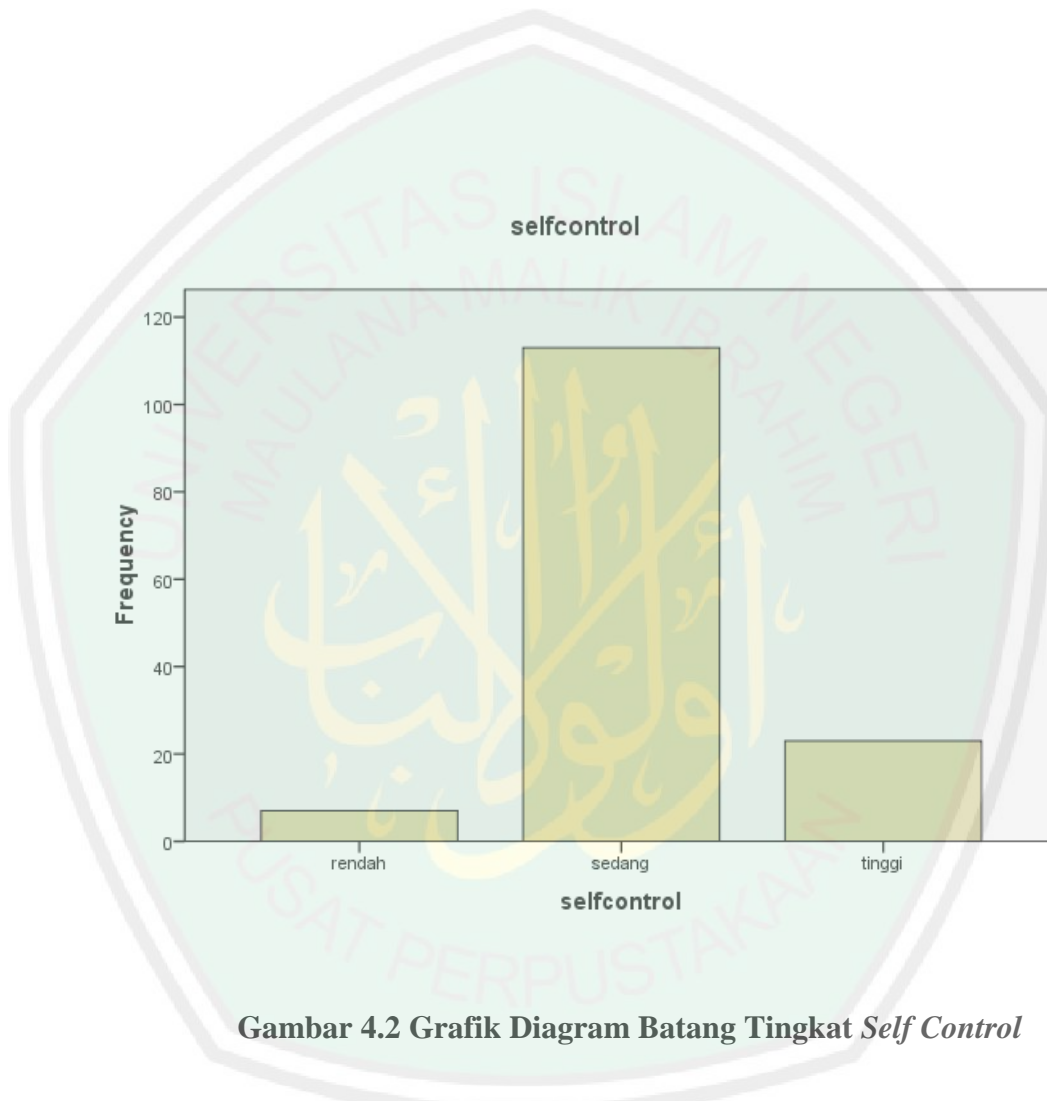
Setelah mengetahui kategorisasi tinggi, sedang, dan rendah, maka langkah selanjutnya adalah mengetahui prosentase dengan menggunakan rumus sebagai berikut.

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Selanjutnya diperoleh analisis hasil prosentase tingkat *self control* pada mahasiswa FEB UB sebagai berikut.

Tabel 4.9 Hasil Deskriptif *Self Control* Mahasiswa FEB UB

No	Kategori	Norma	Interval	F	P
1	Tinggi	$X \geq M + 1SD$	>56	23	16%
2	Sedang	$M-1 SD \leq X < M +1SD$	35 - 55	113	79%
3	Rendah	$X < M - 1 SD$	<34	7	5%



Gambar 4.2 Grafik Diagram Batang Tingkat *Self Control*

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diketahui bahwa sebagian besar mahasiswa FEB UB memiliki tingkat sedang mengenai *self control* mereka. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil skor tingkat tinggi sebesar 16% dengan jumlah frekuensi 23 subjek. Siswa yang memiliki tingkat sedang untuk *self control* sebesar 79 % dengan jumlah frekuensi 113 subjek dan yang memiliki tingkat *self control* yang rendah sebesar 5 % dengan frekuensi hanya 7 subjek.

3. Hasil Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah hubungan *self control* dengan *fashion involvement* mahasiswa FEB UB. Data dinyatakan memiliki hubungan jika $p < 0,05$ dan dinyatakan tidak berhubungan jika $p > 0,05$. Sedangkan tanda positif dan negatif menunjukkan arah hubungan, tanda positif menunjukkan arah perubahan yang sama, jika satu variabel naik, variabel yang lain naik dan tanda negatif menunjukkan arah perubahan yang berlawanan, jika variabel satu naik, maka variabel lain turun. Ringkasan hasil analisis korelasi antara variabel *self control* dengan *fashion involvement* dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Analisis Korelasi Uji Hipotesis

Hubungan antar Variabel	R_{xy}	P	Kesimpulan
X dan Y	0,778	0,000	Berkorelasi positif sangat signifikan

Berdasarkan tabel 4.8 nilai korelasi *self control* dengan *fashion involvement* adalah 0,778 yang berarti kedua variabel dalam kategori koefisien korelasi yang cukup. Kemudian nilai $p = 0,000 < 0,05$ yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara *self control* dengan *fashion involvement*.

C. Pembahasan

Hasil penelitian yang dilakukan pada 143 sampel mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya menunjukkan adanya hubungan positif

yang signifikan. Pengambilan keputusan untuk mengetahui apakah variabel berhubungan secara signifikan ialah apabila $p < 0,05$. Sedangkan variabel *self control* memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti $p < 0,05$ maka dapat disimpulkan variabel *self control* memiliki hubungan yang signifikan terhadap *fashion involvement*.

1. Tingkat *self control* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Dari analisis deskriptif hasil data menunjukkan bahwa mahasiswa FEB UB memiliki *self control* yang cukup baik, hal tersebut dibuktikan dari hasil grafik diagram batang yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa FEB UB memiliki tingkat sedang pada *self control* mereka.

Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil skor tingkat tinggi sebesar 16% dengan jumlah frekuensi 23 subjek. Siswa yang memiliki tingkat sedang untuk *self control* sebesar 79 % dengan jumlah frekuensi 113 subjek dan yang memiliki tingkat *self control* yang rendah sebesar 5 % dengan frekuensi hanya 7 subjek.

Perbedaan yang terjadi pada tingkat *self control* dipengaruhi oleh tiga aspek yang dikemukakan oleh Averill (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010:29-31) yaitu, a) Kontrol perilaku (*Behavior control*), Merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. b) Kontrol kognitif (*Cognitive control*), Merupakan

kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. c) Mengontrol keputusan (*Decesional control*), Merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada apa yang diyakini atau disetujuinya.

Setiap individu memiliki kontrol diri yang berbeda. Ada individu yang mampu mengontrol dirinya secara baik, namun ada juga individu yang perlu meningkatkan lagi kontrol diri yang ada pada dirinya. Menurut Block (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010:29) terdapat tiga jenis kontrol diri yaitu, 1) *Over control*, Merupakan kontrol diri yang dilakukan oleh individu secara berlebihan yang menyebabkan individu banyak menahan diri dalam bereaksi terhadap stimulus. 2) *Under control*, Merupakan suatu kecenderungan individu untuk melepaskan impulsivitas dengan bebas tanpa perhitungan masak 3) *Appropriate control*, Merupakan kontrol individu dalam upaya mengendalikan impuls secara tepat.

2. Tingkat *fashion involvement* pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya

Dari analisis deskriptif hasil data menunjukkan bahwa mahasiswa FEB UB memiliki *fashion involvement* yang cukup baik, hal tersebut dibuktikan dari hasil grafik diagram batang yang menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa FEB UB memiliki tingkat sedang pada

fashion involvement mereka. Hal tersebut ditunjukkan dengan hasil skor tingkat sedang sebesar 74% dengan jumlah frekuensi 106 subjek. Mahasiswi yang memiliki tingkat tinggi untuk fashion involvement sebesar 26% dengan jumlah frekuensi 37 subjek.

Perbedaan yang terjadi pada tingkat *fashion involvement* dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang di kemukakan oleh O' Cass (2001:12) yaitu, a) Materialism, merupakan sekumpulan karakteristik, sikap dan nilai yang berhubungan dengan kepemilikan yang pada akhirnya mengarahkan pada pemilihan sesuatu, Semakin materialistic individu maka dia akan semakin ingin memiliki sesuatu (sifat) dan berusaha untuk memiliki sesuatu (sikap) dan memiliki prioritas tinggi akan kepemilikan (nilai yang dianut). Subjek dalam penelitian ini menggunakan kepemilikan demi mendapatkan suatu citra tertentu dan bergantung pada produk-produk *fashion* untuk mempertahankan citranya ini. b) Usia, menjadi ukuran ketika seseorang akan menggunakan produk *fashion* yang disesuaikan dengan usia dan kebutuhan yang diperlukan. Subjek pada penelitian ini menggunakan produk *fashion* atau terlibat *fashion* berdasarkan usianya serta lingkungan sosial di kampus. c) Jenis Kelamin, jenis kelamin sebagai istilah yang mengacu pada perbedaan biologis antara perempuan dan laki-laki (Sunarto, 2000:112). Perbedaan ini terletak antara tubuh laki-laki dan perempuan. Jenis kelamin dapat dikenali dari karakteristik fisik seperti rambut di wajah, dada atau gaya

pakaianya. Subjek menampilkan jenis kelaminnya dalam menggunakan produk *fashion* sebagai bagian utama dari presentasi dirinya.

Pada Al-Qur'an surat al-A'raf ayat 31:

يَا بَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا إِنَّهُ لَا

يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: “Wahai anak cucu Adam! Pakailah pakaian kalian yang indah pada setiap kalian ke masjid (Tempat ibadah) dan makanlah serta minumlah oleh kalian dan jangan pula kalian berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak suka akan orang-orang yang berlebih-lebihan.” (Al-Qur'an, Surah7:31)

Berdasarkan ayat di atas juga, bahwa Allah ta'ala menganjurkan seseorang untuk mengenakan pakaian yang baik (*fashion involvement*) dan indah saat mau ke masjid tetapi dilarang untuk berlebih-lebihan.

3. Hubungan *Self Control* dengan *Fashion Involvement* Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.

Hasil penelitian yang dilakukan pada 143 sampel mahasiswa FEB UB menunjukkan bahwa *self control* berhubungan positif dengan *fashion involvement*. Nilai koefisien dari analisis regresi *self control* terhadap *fashion involvement* adalah 0,778 dan signifikansi sebesar 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai *self control* subjek maka nilai dalam keterlibatan akan *fashion (fashion involvement)* akan tinggi. *Fashion involvement* yang tinggi berarti dalam keterlibatan subjek dalam mengenakan produk *fashion* mengacu pada seberapa jauh subjek dalam melakukan kontrol diri (*self control*).

Sejalan dengan teori yang dikemukakan oleh Tangney dkk (2004) di dalam *Journal of Personality* (2004) berjudul, “*High Self Control Predicts Good Adjustment, Less Pathology, Better Grades and Interpersonal Success*”, bahwa seberapa besar kecenderungan *self control* berpengaruh pada kehidupan sosial, pola emosional dan interpersonal pada Mahasiswa. Ditemukan bahwa orang dengan pengendalian diri yang tinggi mendapat nilai yang lebih baik, keterampilan interpersonal dan hubungan interpersonal yang lebih baik dan memiliki kehidupan emosional lebih optimal daripada orang lain.

Menurut Park terdapat hubungan positif antara tingkat *fashion involvement* dan pembelian pakaian dimana konsumen dengan *fashion involvement* yang tinggi lebih memungkinkan terlibat dalam *impulse buying* yang berorientasi *fashion* dengan model terbaru (dalam Rahmi, 2016:250) bahwa dalam *impulse buying* di dalamnya terdapat rangsangan untuk membeli berdasarkan kontrol diri (*self control*). Apabila kontrol diri yang baik tentunya dalam *fashion involvement* juga tinggi dengan tetap dalam berpakaian yang baik tanpa harus menimbulkan perilaku negatif seperti membuang-buang waktu dan uang..

Menurut Conger dan Petersen seseorang yang memasuki masa remaja akan semakin memperhatikan penampilan fisik dan mulai berpikir bagaimana memperbaiki penampilan agar bermakna dan dimaknai dalam lingkungan sosialnya (dalam Perdani, 2009). Dimaknai bahwa mahasiswa yang masuk dalam kategori remaja akan melibatkan dirinya

dalam berpakaian (*fashion involvement*) untuk berpakaian dan menggunakan kontrol diri agar menyesuaikan dengan lingkungan sosialnya. Dalam praktiknya mahasiswa FEB UB terlibat dalam *fashion* untuk menyesuaikan dirinya dengan lingkungan sosialnya yaitu kampus. Sebagai seorang mahasiswa tentunya ingin dalam berpakaian dapat diterima dengan teman-teman agar tidak ketinggalan zaman atau kurang *up-to date*.

Sejumlah hasil riset menyatakan, sebagian besar sasaran utama iklan adalah remaja karena karakteristik remaja yang masih labil menyebabkan mereka mudah dipengaruhi dan terlibat dalam *fashion* (republika.com, 2004). Dalam hal mengonsumsi atau membeli barang, remaja bukan hanya mengonsumsi saja melainkan memiliki arti lain yang cukup penting dan beragam. Remaja berbelanja tidak hanya untuk membeli barang yang dibutuhkan atau untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi belanja telah menjadi aktivitas gaya hidup, kesenangan, dan pemenuhan kebutuhan psikologis (Herabadi dkk, 2009). Pada *self control* yang rendah dapat dipastikan menimbulkan dampak negatif dalam terlibat di *fashion*.

Sejalan dengan pendapat oleh Tinarbuko, dampak negatif ketika terlibat dalam *fashion* diantaranya adalah pembengkakan pengeluaran, rasa penyesalan yang dikaitkan dengan masalah keuangan, hasrat berbelanja telah memanjakan rencana (non-keuangan) dan rasa kecewa dengan membeli produk berlebihan (dalam Rahmi, 2016:251)

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dari analisa data dan pembahasan dalam hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawiaya angkatan 2015 memiliki tingkat *self control* sedang. Artinya, subjek tersebut mampu mengendalikan serta mengatur perilaku diri dalam keterlibatannya pada *fashion involovement*.
2. Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawiaya angkatan 2015 memiliki *fashion involvement* pada tingkat sedang. Artinya, subjek tersebut dalam keterlibatannya pada *fashion*, mahasiswa tetap menggunakan fashion tetapi tidak selalu mengikuti semua tren *fashion* yang ada.
3. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa *self control* mempunyai hubungan positif terhadap *fashion involvement*. Artinya, jika tingkat *self control* tinggi, maka keterlibatan dalam *fashion (fashion involvement)* juga tinggi. Sebaliknya jika tingkat *self control* rendah, maka keterlibatan dalam *fashion (fashion involvement)* juga rendah.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan di atas peneliti mengajukan saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan ditemukan subyek yang memiliki *self control* yang rendah akan menimbulkan dampak negatif terhadap keterlibatannya dalam *fashion (fashion involvement)* seperti membuang waktu, menghabiskan kuota pulsa internet yang memakan biaya. Pada hal ini, subyek seharusnya dapat mengendalikan serta mengatur perilaku dalam dirinya bahwa dalam *fashion involvement* tidak harus selalu menghabiskan waktu secara berlebihan dan biaya untuk mengetahui produk *fashion* yang *up to date*. Kemudian jika ingin menggunakan produk *fashion* dapat menabung terlebih dahulu serta mengatur keuangan dengan baik. Saran lain yang juga bisa diterima yaitu memodifikasi produk *fashion* lama yang dimiliki khususnya pakaian, dibuat sesuai dengan tren yang sedang “in” sehingga terlihat *kekinian*.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian yang akan datang, hendaknya perlu ditambahkan terkait dengan variabel lain pada keterlibatan dalam *fashion (fashion involvement)*, seperti perilaku konsumen, *impulse buying* dan yang

lainnya yang tidak disebutkan dalam penelitian ini sehingga hasil yang diperoleh dapat lebih dimaksimalkan dan hasil yang lebih baik.



DAFTAR PUSTAKA

- Anin F. A., dkk. (2008). *Hubungan Self Monitoring dengan Impulsive Buying terhadap Produk Fashion pada Remaja*. Jurnal Psikologi. Vol. 35. No. 2. PP 181-193.
- Anshori, M & Iswati, S. (2009). *Metode Penelitian Kualitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik (Rev. Ed)*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Averill, J.R. (1973). Personal Control Over Aversive Stimuli and It`s Relationship to Stress. Psychological Bulletin, No. 80. P. 286-303.
- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Barnard, Malcolm. (2009). *Fashion sebagai Komunikasi: Cara mengkomunikasikan Identitas sosial, Seksual, Kelas, dan Gender*. Yogyakarta : Jalasutra
- Barnard, Malcom. (2011). *Fashion as Communication*. Bandung: Jalasutra
- Browne, B. dan Kaldenberg, D. (1997). *Conceptualizing self-monitoring: links to materialism and product involvement*. Journal of Consumer Marketing. Vol. 14. No. 1. PP 31-44
- Chapple, C.L., & Hope, T.L. (2003). *An analysis of the self-control and Criminality Versatility of Gang and Dating Violence Offenders*. Violence and Victims, 18, 671-690.
- Coopersmith.S. (1967). *The Antecedents of Self-Esteem*. San Fransisco : W.H.
- Creswell, John W. (2013). *Research Design: pendekatan kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Drever, J. (1988). *Kamus Psikologi*. Jakarta: PT Rineke Cipta
- Freeman and Company. A. (2004). *Fashion Clothing Consumption involvement*. European Journal of Marketing Vol. 2 No. 1, hal. 33. eJournal Psikologi, Volume 4 (3) 2016: 249-259 259
- Ghozali, Imam. (2006). *"Aplikasianalisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang : Badan Penerbit Undip
- Ghufron, M Nur dan Risnawati, S Rini. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruz Media

- Goldfried, M. R., & Marbaum, M. (1973). *Behavior change through self control*. New York: Holt, Rinehart, & Winston
- Harnum, D. (2012). *Hubungan antara Teknik Kontrol Diri dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswi di Ma'had Sunan Ampel Al-Aly Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang*. Skripsi. Diterbitkan : Fakultas Psikolog Universitas Islam Negeri Malang
- Herabadi, A., Verplanken, B., & Knippenberg, A. Van. (2009). *Consumption Experience of Impulse Buying in Indonesia: Emotional Arousal and Hedonistic Considerations*. *Asian Journal of Social Psychology*, Vol. 12, 20-31.
- Hurlock, E. B. (1980). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Terjemahan. Developmental Psychology A life Span Approach*. Ed. 5. Penerjemah: Istiwidayanti. Jakarta: Erlangga.
- Japariato, E., dan Sugiharto, S. (2011). *Pengaruh Shopping Lifestyle dan Fashion Involvement terhadap Impulse Buying Behavior masyarakat High Income Surabaya*, *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 6, No. 1, hal. 12.
- Kim, H. (2005). *Consumer profiles of apparel product involvement and values*. *Journal of fashion marketing and management*, Vol. 9, No. 2, hal. 33.
- McMullen, J.C. (1999). *A Test of Self-control Theory Using General Patterns of Deviance*. (Dissertation). Doctor of Philosophy, Virginia Polytechnic Institute University
- Nazir, M. (1998). *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Nisfiannoor, M. (2009). *Pendekatan Statistika Modern*. Jakarta: Salemba Humanika
- O'Cass, A. (2001). "Consumer self-monitoring, materialism and involvement in fashion clothing", *Australasian Marketing Journal*, Vol. 9 No. 1, hal 12.
- Park, Joo., Kim and Forney. (2006). *A structural model of fashion oriented impulse buying behavior*, *Journal of FashionMarketing and Management*, vol. 10, no. 4, hal. 91
- Paul, P.J & Jerry, C.O. (2013). *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategi*. Jakarta: Salemba Empat
- Sandra, Sunanto. (2014). "Perilaku berbelanja fashion tradisional Indonesia: antecedents dan konsekuensi dari involvement konsumen", *Journal Unpar*, Vol. 7 No.31, hal 17.
- Santrock, John W. (2003). *Adolescence (perkembanganRemaja)*. Alihbahasa : Shinto B. Adelar. Jakarta : Erlangga.

- Sari, T. Y. (2009). *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri*. Skripsi. Diterbitkan : Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Barat
- Sugiyono.(2001). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sunarto, K. (2000). *Pengantar sosiologi* . Edisi kedua. Depok: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Sunyoto, D. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Tangney, J.P., Baumeister, R.F., & Boone, A.L. (2004). *High self-control predicts good adjustment, less pathology, better grades, and interpersonal success*. *Journal of Personality*, 72(2), 271-322.
- Zaichkowsky. (1985). di kutip oleh Edwin Japarianto dan Sugiono Sugiharto, 2011. *dalam Pengaruh Shopping Life Style dan Fashion Involvement Terhadap Impulsif Buying Behavior Masyarakat High Income Surabaya*. (pp. 341-352)

The logo is a shield-shaped emblem with a light green background and a white border. It features the text "UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG" around the top and "PUSAT PERPUSTAKAAN" at the bottom. In the center, there is a yellow calligraphic emblem. The word "LAMPIRAN-LAMPIRAN" is written across the center in a bold, black, serif font.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Skala *Self Control*

SKALA PENELITIAN 1

Nama :

Jenis kelamin :

Pilihlah pernyataan yang paling sesuai menggambarkan diri anda dan beri tanda (X) pada kolom yang tersedia.

STS: sangat tidak sesuai , TS: tidak sesuai, N: Netral, S: Sesuai, SS: Sangat Sesuai

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya bisa menyesuaikan diri dengan tren <i>fashion</i> yang ada					
2	Saya tahu kapan harus mengikuti suatu tren <i>fashion</i>					
3	Saya berpikir terlebih dahulu sebelum melibatkan diri dalam <i>fashion</i>					
4	Saya bisa mengatur waktu antara <i>fashion</i> dan kegiatan sehari-hari					
5	Meskipun tidak memiliki uang, saya akan mencari pinjaman untuk memenuhi keinginan berbelanja					
6	Saya dapat mengendalikan diri, saat ada diskon					
7	Saya menolak tawaran orang lain apabila diajak untuk mengikuti pameran <i>fashion</i>					
8	Saya mudah terpengaruh oleh diskon yang ada di <i>mall</i>					
9	Saya mudah terpengaruh oleh pembicaraan teman yang berkaitan dengan <i>fashion</i>					
10	Saya akan mengikuti pameran <i>fashion</i> apabila ada orang lain yang mengajak saya					
11	Saya meminta pendapat orang lain saat membicarakan <i>fashion</i>					
12	Saya tertarik untuk mencari tahu produk <i>fashion</i> ketika melihat iklan-iklan yang ada di media					
13	Saya menolak pendapat orang lain saat membicarakan tentang <i>fashion</i>					

14	Saya akan mencari tahu produk <i>fashion</i> yang sesuai dengan kebutuhan saya					
15	Saya adalah orang yang kurang <i>up to date</i> mengenai <i>fashion</i>					
16	Saya adalah orang yang mengikuti perkembangan <i>fashion</i>					
17	Menurut saya, cara orang lain menggunakan <i>fashion</i> terlihat kuno					
18	Saya akan mengungkapkan kepada teman saat <i>fashion</i> yang diginakannya tidak <i>matching</i>					
19	Saya akan menahan diri untuk berpendapat apabila yang digunakan teman saya terlihat tidak <i>mathcing</i>					
20	Saya baru memutuskan menggunakan <i>fashion</i> yang baik menurut pandangan saya					
21	Saya merupakan orang yang sering memanjakan diri saya dengan mgikuti tren <i>fashion</i>					
22	Saat saya sedang bosan, saya akan mencari kesibukan dengan mencari tahu tren <i>fashion</i> saat ini					
23	Saya langsung membeli produk <i>fashion</i> ketika ada diskon					
24	Saya berpikir secara matang sebelum terlibat dalam <i>fashion</i>					
25	<i>Fashion</i> menjadi prioritas saya saat ini					
26	Saya akan membeli produk <i>fashion</i> setelah saya membandingkan harganya lebih dari 1 toko					
27	Saat sedang melakukan pekerjaan, saya tidak mudah terganggu oleh kesenangan dan hobi terhadap <i>fashion</i>					
28	Saya tetap akan menyelesaikan pekerjaan terlebih dahulu walaupun ada ajakan dari teman untuk shopping					
29	Saya langsung merubah gaya <i>fashion</i> saya, apabila ada orang lain yang menyatakan selera <i>fashion</i> saya buruk					
30	Saya langsung membeli produk <i>fashion</i> , apabila mendapatkan uang/gaji					

Skala *Fashion Involvement*

SKALA PENELITIAN 2

Nama :

Jenis kelamin :

Pilihlah pernyataan yang paling sesuai menggambarkan dengan diri anda dan beri tanda (X) pada kolom yang tersedia.

STS: sangat tidak sesuai , TS: tidak sesuai, N: Netral, S: Sesuai, SS: Sangat Sesuai

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tahu cara menggunakan <i>fashion</i> yang sesuai dengan tren.					
2	Saya menggunakan <i>fashion</i> yang sesuai dengan kegiatan yang dilakukan					
3	Saya menggunakan <i>fashion</i> karena hal itu penting bagi kehidupan saya					
4	Saya kurang tahu cara menggunakan <i>fashion</i> yang sesuai dengan tren					
5	<i>Fashion</i> yang saya gunakan mencerminkan kepribadian saya					
6	<i>Fashion</i> adalah bagian dari hidup saya					
7	<i>Fashion</i> yang saya gunakan membantu untuk menjadi diri saya yang sebenarnya					
8	<i>Fashion</i> yang saya gunakan tidak mencerminkan kepribadian saya					
9	Saya kurang bisa mengkombinasikan gaya <i>fashion</i> yang saya gunakan					
10	Saya memilih <i>fashion</i> sesuai dengan keinginan saya					
11	Saya membeli produk <i>fashion</i> yang membuat saya terlihat menarik					
12	Saya dapat mengkombinasikan gaya <i>fashion</i> yang saya gunakan					
13	Saya mengikuti perkembangan tren <i>fashion</i>					
14	Saya tertarik untuk membaca berbagai hal tentang <i>fashion</i> di majalah atau bacaan lainnya					
15	Saya biasanya memperhatikan iklan-iklan produk <i>fashion</i>					

16	Saya memperhatikan orang lain dalam menggunakan produk <i>fashion</i>					
17	Saya biasanya mempertimbangkan banyak faktor sebelum melakukan pembelian produk <i>fashion</i>					
18	Saya membeli produk <i>fashion</i> sesuai yang saya butuhkan					
19	Saya selalu membeli produk <i>fashion</i> berdasarkan tren saat ini					
20	Saya membeli produk <i>fashion</i> ketika saya memiliki banyak uang					
21	Saya menggunakan banyak waktu untuk tetap tampil <i>fashionable</i>					
22	Saya biasanya menghabiskan banyak waktu untuk memilih jenis <i>fashion</i> yang hendak dibeli					
23	Saya mengkhususkan hari tertentu untuk membeli <i>fashion</i> yang saya inginkan					
24	Saya tidak membutuhkan waktu yang lama untuk tetap tampil <i>fashionable</i>					
25	Saya biasanya membicarakan <i>fashion</i> dengan teman					
26	Saya cenderung meminta saran dari orang lain dalam hal pembelian produk <i>fashion</i>					
27	Saya melibatkan orang lain ketika melakukan pembelian produk <i>fashion</i>					
28	Saya meminta pendapat teman mengenai <i>fashion</i> yang saya gunakan					
29	Saya mencari tahu kualitas produk <i>fashion</i> yang akan dibeli					
30	Saya membandingkan karakteristik produk <i>fashion</i> antara satu merk dengan merk lainnya					
31	Saya mengetahui <i>fashion</i> dari iklan-iklan yang ada (media cetak dan elektronik)					
32	Saya tidak terlalu tertarik mencari tahu merk-merk ternama produk <i>fashion</i>					

Skala Self Control (x)

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X	Kategorisasi
1	5	5	5	5	5	3	3	2	5	1	3	3	1	3	3	52	Sedang
2	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	55	Sedang
3	4	2	2	4	2	5	3	5	5	2	5	3	5	5	5	57	Tinggi
4	3	3	3	3	5	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	48	Sedang
5	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	37	Sedang
6	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	4	2	3	5	5	46	Sedang
7	1	2	2	3	5	3	2	3	3	2	2	2	4	2	2	38	Sedang
8	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	53	Sedang
9	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	59	Tinggi
10	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	50	Sedang
11	4	4	5	2	5	4	3	3	1	2	3	2	1	2	2	43	Sedang
12	4	4	2	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	51	Sedang
13	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	52	Sedang
14	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	1	1	55	Sedang
15	3	2	5	5	5	4	5	5	5	3	5	1	3	3	3	57	Tinggi
16	4	4	3	5	4	2	4	3	3	4	5	3	3	3	3	53	Sedang
17	3	4	4	5	4	3	3	5	4	3	5	3	3	1	1	51	Sedang
18	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	47	Sedang
19	3	5	5	3	5	2	5	4	2	2	3	3	1	3	3	49	Sedang
20	2	2	4	4	4	2	2	4	4	3	1	1	3	4	4	44	Sedang
21	4	3	5	2	2	1	3	2	1	1	3	5	3	5	5	45	Sedang
22	3	4	5	2	3	3	3	4	4	1	2	1	3	3	3	44	Sedang
23	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	48	Sedang
24	4	5	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	57	Tinggi
25	4	5	4	5	5	3	4	2	4	3	3	3	4	4	4	57	Tinggi
26	5	5	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	1	3	3	47	Sedang
27	1	2	3	2	4	2	2	2	1	1	1	1	2	3	3	30	Rendah
28	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	3	3	4	4	58	Tinggi
29	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	50	Sedang
30	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	2	2	42	Sedang
31	3	3	2	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	45	Sedang
32	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	69	Tinggi
33	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	2	49	Sedang
34	4	4	3	3	4	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	43	Sedang
35	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	2	3	3	48	Sedang
36	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	2	2	2	2	2	46	Sedang
37	3	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	53	Sedang
38	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	44	Sedang

39	3	4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	53	Sedang
40	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	2	2	1	3	3	48	Sedang
41	3	4	3	4	3	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	43	Sedang
42	3	4	3	3	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	41	Sedang
43	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	57	Tinggi
44	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	44	Sedang
45	2	3	5	5	5	3	4	4	4	5	4	3	4	2	2	55	Sedang
46	4	3	4	4	4	3	3	2	5	2	1	1	2	2	2	42	Sedang
47	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	2	49	Sedang
48	3	3	4	3	3	4	3	3	2	2	4	3	2	2	2	43	Sedang
49	3	4	5	3	5	4	3	2	3	1	2	2	1	2	2	42	Sedang
50	2	2	4	4	4	4	3	1	1	1	1	2	1	2	2	34	Rendah
51	2	1	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	35	Sedang
52	2	3	5	5	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	52	Sedang
53	3	3	2	4	4	5	1	1	5	2	2	1	1	3	3	40	Sedang
54	3	3	3	3	3	1	2	1	5	2	2	2	1	2	2	35	Sedang
55	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	57	Tinggi
56	3	4	3	2	4	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	37	Sedang
57	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	66	Tinggi
58	3	3	4	3	4	4	3	3	2	3	3	2	2	1	1	41	Sedang
59	3	2	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	48	Sedang
60	2	4	3	2	4	2	4	4	3	2	2	1	1	1	1	36	Sedang
61	4	4	2	2	4	2	4	4	2	4	4	4	2	2	2	46	Sedang
62	4	4	3	4	4	2	3	2	2	3	4	3	4	3	3	48	Sedang
63	3	2	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	37	Sedang
64	3	4	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	37	Sedang
65	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	44	Sedang
66	4	4	5	5	4	3	3	5	5	3	4	2	2	4	4	57	Tinggi
67	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	56	Tinggi
68	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	2	2	46	Sedang
69	4	3	3	4	4	3	2	2	4	3	2	4	2	2	2	44	Sedang
70	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	42	Sedang
71	4	5	2	2	4	4	3	2	4	1	1	1	1	1	1	36	Sedang
72	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	2	2	3	3	55	Sedang
73	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	59	Tinggi
74	3	3	4	5	3	5	5	1	4	2	4	2	1	4	4	50	Sedang
75	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	58	Tinggi
76	4	4	4	2	5	5	4	4	4	2	4	3	1	1	1	48	Sedang
77	3	4	5	4	5	4	4	5	2	4	3	3	3	3	3	55	Sedang
78	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	2	1	1	1	1	45	Sedang
79	5	4	5	5	4	2	4	2	5	4	4	5	4	1	1	55	Sedang

80	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	5	4	4	53	Sedang
81	3	5	5	3	5	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	39	Sedang
82	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46	Sedang
83	4	4	5	3	4	3	3	2	2	3	4	2	3	3	3	48	Sedang
84	3	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	51	Sedang
85	2	5	5	5	5	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	44	Sedang
86	2	2	4	3	4	1	1	3	2	2	4	2	1	1	1	33	Rendah
87	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	2	5	4	4	53	Sedang
88	3	3	3	3	5	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	43	Sedang
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	50	Sedang
90	3	4	4	3	4	2	3	4	2	2	2	2	3	3	3	44	Sedang
91	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	50	Sedang
92	5	4	5	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	55	Sedang
93	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	45	Sedang
94	4	4	4	4	4	2	4	5	1	3	3	3	2	3	3	49	Sedang
95	4	4	3	4	5	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	46	Sedang
96	3	4	4	5	5	3	4	4	3	1	1	2	1	1	1	42	Sedang
97	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	50	Sedang
98	3	4	1	1	2	2	3	2	1	3	2	2	1	1	1	29	Rendah
99	4	5	4	4	5	4	4	1	4	2	4	3	4	3	3	54	Sedang
100	3	2	5	1	5	5	1	5	1	1	1	1	1	1	1	34	Rendah
101	3	4	3	4	4	2	3	2	2	2	2	1	1	4	4	41	Sedang
102	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	45	Sedang
103	3	3	3	4	4	3	3	2	4	2	2	2	3	3	3	44	Sedang
104	3	3	2	2	4	3	3	4	4	2	3	5	3	2	2	45	Sedang
105	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	5	5	51	Sedang
106	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	48	Sedang
107	4	4	2	5	5	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	51	Sedang
108	2	4	2	2	2	4	2	2	4	2	2	2	2	2	2	36	Sedang
109	3	3	4	3	4	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	42	Sedang
110	3	5	5	5	5	4	4	3	2	3	5	2	2	4	4	56	Tinggi
111	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	71	Tinggi
112	3	4	2	3	4	4	3	3	4	2	2	1	3	3	3	44	Sedang
113	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	3	3	54	Sedang
114	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	5	3	2	4	4	50	Sedang
115	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	2	3	4	4	57	Tinggi
116	5	4	4	4	4	5	4	3	3	3	4	2	3	3	3	54	Sedang
117	2	5	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22	Rendah
118	5	5	5	5	5	4	5	3	3	5	5	3	5	3	3	64	Tinggi
119	3	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	2	3	2	2	44	Sedang
120	5	5	2	5	5	5	3	5	5	4	3	5	3	5	5	65	Tinggi

121	5	2	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	2	4	4	55	Sedang
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	56	Tinggi
123	4	5	3	3	3	5	3	3	3	3	4	4	4	3	3	53	Sedang
124	5	5	4	5	4	5	2	4	3	5	5	3	5	4	4	63	Tinggi
125	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	53	Sedang
126	5	5	4	4	5	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	56	Tinggi
127	3	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	2	3	3	3	50	Sedang
128	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	49	Sedang
129	2	2	3	3	3	2	2	3	3	1	1	3	1	3	3	35	Sedang
130	5	4	3	4	4	5	1	3	3	3	3	5	3	5	5	56	Tinggi
131	4	4	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	1	2	2	37	Sedang
132	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	2	4	4	50	Sedang
133	2	4	3	3	4	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	44	Sedang
134	3	4	4	3	2	3	3	4	3	1	1	1	1	2	2	37	Sedang
135	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2	38	Sedang
136	2	3	2	1	4	1	2	2	2	1	3	2	2	3	3	33	Rendah
137	2	4	3	3	2	2	3	2	4	3	2	3	3	3	3	42	Sedang
138	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	44	Sedang
139	2	3	4	3	4	3	3	4	4	1	2	2	1	2	2	40	Sedang
140	3	4	5	3	3	3	2	5	4	1	3	2	2	2	2	44	Sedang
141	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	1	2	2	40	Sedang
142	2	4	4	3	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	41	Sedang
143	4	4	4	4	4	3	4	4	2	5	4	4	2	3	3	54	Sedang

Skala Fashion Involvement

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	Y28	Y	Kategorisas	
1	5	5	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	4	2	100	Sedang	
2	4	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	2	3	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	3	3	3	1	95	Sedang	
3	5	3	3	3	5	3	5	5	3	4	2	1	3	3	5	3	3	5	3	3	3	5	5	5	3	3	3	5	102	Sedang	
4	3	3	3	3	5	3	3	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	5	3	3	96	Sedang	
5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	82	Sedang	
6	5	5	5	2	3	3	4	1	4	4	3	4	3	1	4	3	1	3	5	3	5	4	3	5	3	2	5	2	95	Sedang	
7	2	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	1	1	3	4	3	1	2	4	3	3	2	2	2	4	3	3	4	86	Sedang	
8	3	5	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	99	Sedang	
9	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	107	Tinggi	
10	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	95	Sedang	
11	5	5	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	106	Tinggi
12	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	4	4	4	3	97	Sedang	
13	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	89	Sedang	
14	4	4	5	3	5	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	110	Tinggi	
15	3	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	3	4	4	3	4	1	5	3	1	4	5	4	5	5	5	5	3	112	Tinggi	
16	3	4	4	3	3	3	4	3	5	5	3	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	105	Tinggi	
17	3	5	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	1	3	3	4	5	5	5	4	3	4	3	102	Sedang	
18	3	5	3	4	5	3	4	5	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	5	3	2	3	4	4	3	3	99	Sedang	
19	5	5	3	1	5	3	3	1	4	3	5	4	4	4	4	5	2	3	4	5	3	5	3	3	3	5	5	2	102	Sedang	
20	4	4	3	4	5	3	4	4	5	5	4	4	2	1	4	5	3	3	2	5	1	5	4	4	4	4	1	5	102	Sedang	
21	3	5	2	1	5	2	2	1	1	3	4	2	3	1	4	3	5	5	3	2	2	5	5	4	3	1	3	1	81	Sedang	
22	3	4	1	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	2	3	3	4	4	5	3	3	2	2	80	Sedang	
23	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	94	Sedang	
24	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	106	Tinggi	
25	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	105	Tinggi	
26	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	85	Sedang	
27	2	4	4	1	2	4	4	1	4	5	1	1	1	1	4	5	1	1	1	5	3	4	4	2	4	1	4	2	76	Sedang	
28	5	5	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	113	Tinggi	
29	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	97	Sedang	
30	2	4	2	2	4	2	4	2	4	4	4	2	2	4	2	5	2	4	2	2	4	4	2	2	2	2	2	2	79	Sedang	
31	2	2	4	2	2	4	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	70	Sedang	
32	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	114	Tinggi	
33	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	2	2	2	3	4	3	4	3	4	3	99	Sedang	
34	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	2	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3	95	Sedang	
35	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	97	Sedang	
36	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	3	4	2	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	2	96	Sedang	

37	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	99	Sedang	
38	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	92	Sedang	
39	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3	3	3	4	4	4	3	92	Sedang	
40	4	4	2	4	4	2	2	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	2	2	3	3	4	4	4	3	92	Sedang	
41	3	4	4	4	4	4	2	4	2	3	2	3	2	2	3	4	2	2	3	4	2	4	4	4	4	4	2	3	88	Sedang	
42	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	87	Sedang	
43	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	107	Tinggi
44	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2	94	Sedang	
45	3	4	5	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	5	5	3	4	3	3	4	5	4	4	5	5	5	2	106	Tinggi	
46	4	4	3	2	3	2	2	2	4	4	4	3	2	2	4	2	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	87	Sedang	
47	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	2	2	3	5	5	5	5	4	4	2	3	94	Sedang	
48	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	96	Sedang	
49	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	4	3	5	3	5	5	5	4	4	3	5	4	3	105	Tinggi	
50	2	4	3	3	4	3	3	4	5	4	4	3	2	4	4	4	2	5	3	5	4	4	4	3	3	3	4	2	98	Sedang	
51	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	79	Sedang	
52	2	3	4	4	3	3	4	2	4	5	3	3	4	4	4	5	2	4	2	2	4	5	5	5	5	3	4	3	101	Sedang	
53	3	2	1	3	4	3	3	2	3	2	4	2	2	3	3	1	4	2	3	4	3	2	2	2	4	2	2	1	72	Sedang	
54	3	3	2	2	3	1	1	3	3	3	3	2	2	2	3	5	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	69	Sedang	
55	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	103	Sedang	
56	3	3	3	2	2	2	2	1	5	3	3	2	2	2	3	5	3	3	2	2	3	5	5	5	5	5	3	3	87	Sedang	
57	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	5	5	4	120	Tinggi	
58	3	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84	Sedang	
59	3	4	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	92	Sedang	
60	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	2	4	4	2	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	3	90	Sedang	
61	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	86	Sedang	
62	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	114	Tinggi
63	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	72	Sedang	
64	4	4	3	2	4	3	4	2	4	4	3	3	4	2	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	94	Sedang	
65	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	95	Sedang	
66	4	4	4	3	4	3	3	4	4	5	3	4	2	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	107	Tinggi	
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	108	Tinggi	
68	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	2	2	93	Sedang	
69	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	96	Sedang	
70	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	2	2	4	4	2	4	3	3	4	3	2	97	Sedang	
71	2	4	2	2	2	1	2	2	4	4	2	2	2	4	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	2	2	4	1	76	Sedang	
72	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	3	3	2	4	3	2	3	4	3	4	99	Sedang	
73	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	2	4	4	3	3	3	3	3	4	104	Tinggi	
74	3	3	2	4	4	2	5	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	2	2	3	4	4	4	5	5	3	5	96	Sedang	
75	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	3	5	2	2	2	4	5	4	3	102	Sedang	
76	4	5	3	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	108	Tinggi	
77	4	4	4	2	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	2	3	2	4	3	2	102	Sedang	

78	5	5	4	5	3	2	2	4	5	4	4	3	2	4	2	3	3	4	3	4	2	4	3	4	5	3	2	3	97	Sedang	
79	5	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	5	5	4	1	3	3	5	5	4	2	4	4	1	4	99	Sedang	
80	4	3	4	3	4	3	2	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	5	101	Sedang	
81	3	5	3	3	5	3	5	5	5	5	5	1	1	1	3	5	1	5	1	5	3	3	5	3	5	5	1	1	96	Sedang	
82	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	86	Sedang	
83	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3	5	2	5	5	2	5	4	4	4	106	Tinggi	
84	4	4	3	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	2	97	Sedang	
85	4	4	4	2	4	2	5	4	5	5	4	2	5	5	4	4	2	5	2	2	5	5	5	5	4	2	4	2	106	Tinggi	
86	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	5	5	5	5	5	5	4	96	Sedang	
87	3	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	1	1	5	90	Sedang	
88	4	4	4	3	3	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	92	Sedang	
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106	Tinggi	
90	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	100	Sedang	
91	3	4	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	91	Sedang	
92	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	110	Tinggi	
93	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	89	Sedang	
94	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	111	Tinggi	
95	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	5	5	4	5	105	Tinggi	
96	3	5	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	1	1	3	5	2	4	3	2	1	4	4	1	4	3	5	4	88	Sedang	
97	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	97	Sedang	
98	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	2	1	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	71	Sedang	
99	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	2	2	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	105	Tinggi	
100	1	1	2	2	4	3	4	4	5	4	3	4	2	2	2	3	3	4	3	1	2	1	2	2	2	2	1	1	70	Sedang	
101	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	3	3	2	2	4	4	3	2	2	3	2	2	3	5	4	4	4	2	87	Sedang	
102	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	4	95	Sedang	
103	3	4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	91	Sedang	
104	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	4	3	86	Sedang	
105	4	3	3	3	5	4	5	2	4	5	3	3	2	3	4	4	3	5	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	100	Sedang	
106	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	4	4	3	5	101	Sedang	
107	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	92	Sedang	
108	3	3	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	4	3	2	3	2	3	4	3	2	1	2	3	4	1	74	Sedang	
109	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	2	104	Tinggi	
110	3	5	4	4	3	3	4	2	5	5	3	4	5	5	5	4	3	5	3	4	5	5	5	3	4	5	5	1	112	Tinggi	
111	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	129	Tinggi	
112	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	100	Sedang	
113	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	95	Sedang	
114	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	98	Sedang	
115	3	4	4	3	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	119	Tinggi	
116	4	4	5	4	3	3	3	4	5	5	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	5	3	4	3	3	4	3	101	Sedang	
117	3	3	3	2	5	1	5	1	5	1	1	1	1	1	3	5	5	1	1	1	1	1	1	1	3	5	5	3	1	69	Sedang
118	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	131	Tinggi

119	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	99	Sedang	
120	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	2	5	5	3	2	3	5	5	4	4	3	3	5	5	3	3	115	Tinggi
121	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	3	5	5	4	4	4	3	5	4	4	118	Tinggi
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	Tinggi
123	4	4	4	2	3	4	4	2	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	1	116	Tinggi
124	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	Tinggi
125	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	104	Tinggi
126	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	108	Tinggi
127	4	5	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	4	2	92	Sedang
128	3	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	98	Sedang
129	2	4	4	2	4	2	2	4	4	4	3	2	2	2	2	4	4	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	81	Sedang
130	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	94	Sedang
131	4	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	86	Sedang
132	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	85	Sedang
133	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	81	Sedang
134	4	5	4	3	3	3	2	3	4	4	4	3	2	1	4	4	1	1	3	4	1	4	4	4	1	4	4	1	85	Sedang
135	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	4	2	3	3	79	Sedang
136	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	3	1	1	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	2	3	2	1	82	Sedang
137	3	2	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	3	4	2	3	4	3	3	2	4	2	4	3	2	84	Sedang
138	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	87	Sedang
139	4	5	2	5	5	1	5	5	5	4	4	1	3	3	3	4	1	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	2	95	Sedang
140	3	5	3	4	5	3	4	3	3	3	3	2	1	3	4	5	2	3	2	2	3	4	4	4	3	2	3	2	88	Sedang
141	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	85	Sedang	
142	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	98	Sedang
143	4	3	4	2	4	4	4	2	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	2	103	Sedang

Validitas *Self Control* (X)

Correlation

		a1	a2	a11	a12	a14	a15	a16	a18	a19	a21	a22	a23	a25	a26	a30	total
a1	Pearson Correlation	1	.474*	.192*	.377*	.116	.472*	.415*	.147	.264*	.450*	.394*	.343*	.252*	.322**	.322**	.656*
	Sig. (2-tailed)		.000	.021	.000	.166	.000	.000	.080	.001	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a2	Pearson Correlation	.474**	1	.170*	.242*	.220*	.239*	.283*	.010	.122	.183*	.149	.120	.097	.058	.058	.388*
	Sig. (2-tailed)	.000		.042	.004	.008	.004	.001	.907	.147	.029	.076	.155	.251	.493	.493	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a11	Pearson Correlation	.192*	.170*	1	.423*	.318*	.205*	.376*	.211*	.061	.080	.213*	.099	.143	.045	.045	.417*
	Sig. (2-tailed)	.021	.042		.000	.000	.014	.000	.011	.471	.344	.011	.238	.089	.594	.594	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a12	Pearson Correlation	.377*	.242*	.423*	1	.373*	.340*	.395*	.171*	.421*	.422*	.432*	.272*	.346*	.353**	.353**	.711*
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000		.000	.000	.000	.041	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a14	Pearson Correlation	.116	.220*	.318*	.373*	1	.140	.167*	.171*	.109	.097	.106	.036	.044	-.097	-.097	.300*
	Sig. (2-tailed)	.166	.008	.000	.000		.095	.046	.042	.195	.249	.208	.672	.602	.248	.248	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a15	Pearson Correlation	.472*	.239*	.205*	.340*	.140	1	.318*	.206*	.242*	.270*	.314*	.147	.221*	.281**	.281**	.559*
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.014	.000	.095		.000	.013	.004	.001	.000	.080	.008	.001	.001	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143

a16	Pearson Correlation	.415**	.283*	.376*	.395*	.167*	.318*	1	.252*	.174*	.392*	.375*	.208*	.294*	.217**	.217**	.597*
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.046	.000		.002	.038	.000	.000	.013	.000	.009	.009	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a18	Pearson Correlation	.147	.010	.211*	.171*	.171*	.206*	.252*	1	.230*	.234*	.176*	.142	.173*	.064	.064	.389*
	Sig. (2-tailed)	.080	.907	.011	.041	.042	.013	.002		.006	.005	.035	.090	.039	.449	.449	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a19	Pearson Correlation	.264**	.122	.061	.421*	.109	.242*	.174*	.230*	1	.196*	.144	.145	.247*	.157	.157	.445*
	Sig. (2-tailed)	.001	.147	.471	.000	.195	.004	.038	.006		.019	.086	.083	.003	.061	.061	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a21	Pearson Correlation	.450**	.183*	.080	.422*	.097	.270*	.392*	.234*	.196*	1	.607*	.507*	.522*	.394**	.394**	.701*
	Sig. (2-tailed)	.000	.029	.344	.000	.249	.001	.000	.005	.019		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a22	Pearson Correlation	.394**	.149	.213	.432*	.106	.314*	.375*	.176*	.144	.607*	1	.488*	.456*	.339**	.339**	.678*
	Sig. (2-tailed)	.000	.076	.011	.000	.208	.000	.000	.035	.086	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a23	Pearson Correlation	.343**	.120	.099	.272*	.036	.147	.208*	.142	.145	.507*	.488*	1	.461*	.364**	.364**	.577*
	Sig. (2-tailed)	.000	.155	.238	.001	.672	.080	.013	.090	.083	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a25	Pearson Correlation	.252**	.097	.143	.346*	.044	.221*	.294*	.173*	.247*	.522*	.456*	.461*	1	.467**	.467**	.642*
	Sig. (2-tailed)	.002	.251	.089	.000	.602	.008	.000	.039	.003	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143

	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a26	Pearson Correlation	.322**	.058	.045	.353*	-.097	.281*	.217*	.064	.157	.394*	.339*	.364*	.467*	1.000*	.618*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.493	.594	.000	.248	.001	.009	.449	.061	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a30	Pearson Correlation	.322**	.058	.045	.353*	-.097	.281*	.217*	.064	.157	.394*	.339*	.364*	.467*	1.000*	.618*	
	Sig. (2-tailed)	.000	.493	.594	.000	.248	.001	.009	.449	.061	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
total	Pearson Correlation	.656**	.388*	.417*	.711*	.300*	.559*	.597*	.389*	.445*	.701*	.678*	.577*	.642*	.618**	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143

**.
Correlation
is
significant
at the 0.01
level (2-
tailed).

*.
Correlation
is
significant
at the 0.05
level (2-
tailed).

Validitas Fashion Involvement (Y)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	1	2	-							
a1 Pearson																														
Correlation	1	.432**	.336**	.371**	.265**	.237**	.207**	.218**	.193**	.301**	.324**	.429**	.339**	.208**	.284**	.140	.284**	.117	.384**	.330**	.195*	.216*	.125*	.215*	.180*	.281**	.207*	.268**	.584**	
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.095	.001	.164	.000	.000	.020	.010	.137	.010	.031	.001	.013	.001	.000	
N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	
a2 Pearson																														
Correlation	.432**	1	.251**	.190*	.265**	.111	.132	.111	.205*	.269**	.299**	.182*	.147	.073	.168*	.339**	-.068	.069	.146*	.182*	.140	.334**	.251**	.225**	.144	.138*	.265**	.086*	.428**	
Sig. (2-tailed)	.000		.002	.031	.000	.188	.116	.188	.014	.001	.000	.029	.081	.387	.046	.000	.420	.410	.082	.029	.095	.000	.000	.000	.003	.087	.101	.000	.307	.000
N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a3 Pearson																														
Correlation	.336**	.251**	1	.199*	.058	.491**	.175*	.189*	.245**	.370**	.224**	.393**	.326**	.297**	.397**	.212*	.128	.211*	.410**	.257**	.296**	.172*	.123	.189*	.230**	.326**	.385**	.275**	.592**	
Sig. (2-tailed)	.000	.002		.017	.491	.000	.030	.024	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.129	.010	.000	.000	.000	.040	.140	.020	.000	.000	.000	.000	.000	
N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143
a4 Pearson																														
Correlation	.371**	.190*	.199*	1	.229**	.243**	.135*	.638**	.096*	.166*	.243**	.347**	.258**	.275**	.057	.031	.047	.119*	.125*	.229**	.086*	-.044	.073	.200*	.249**	.051*	.342**	.439**		
Sig. (2-tailed)	.000	.023	.017		.006	.003	.000	.000	.044	.000	.000	.000	.000	.000	.497	.714	.577	.793	.158	.138	.006	.309	.603	.387	.010	.000	.548	.000		
N	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143	143

**.
Correlation
is
significant
at the 0.01
level (2-
tailed).

*.
Correlation
is
significant
at the 0.05
level (2-
tailed).



Reliabilitas *Self Control* (X)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	143	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	143	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	15

Reliabilitas *Fashion Involvement* (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	143	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	143	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	28

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

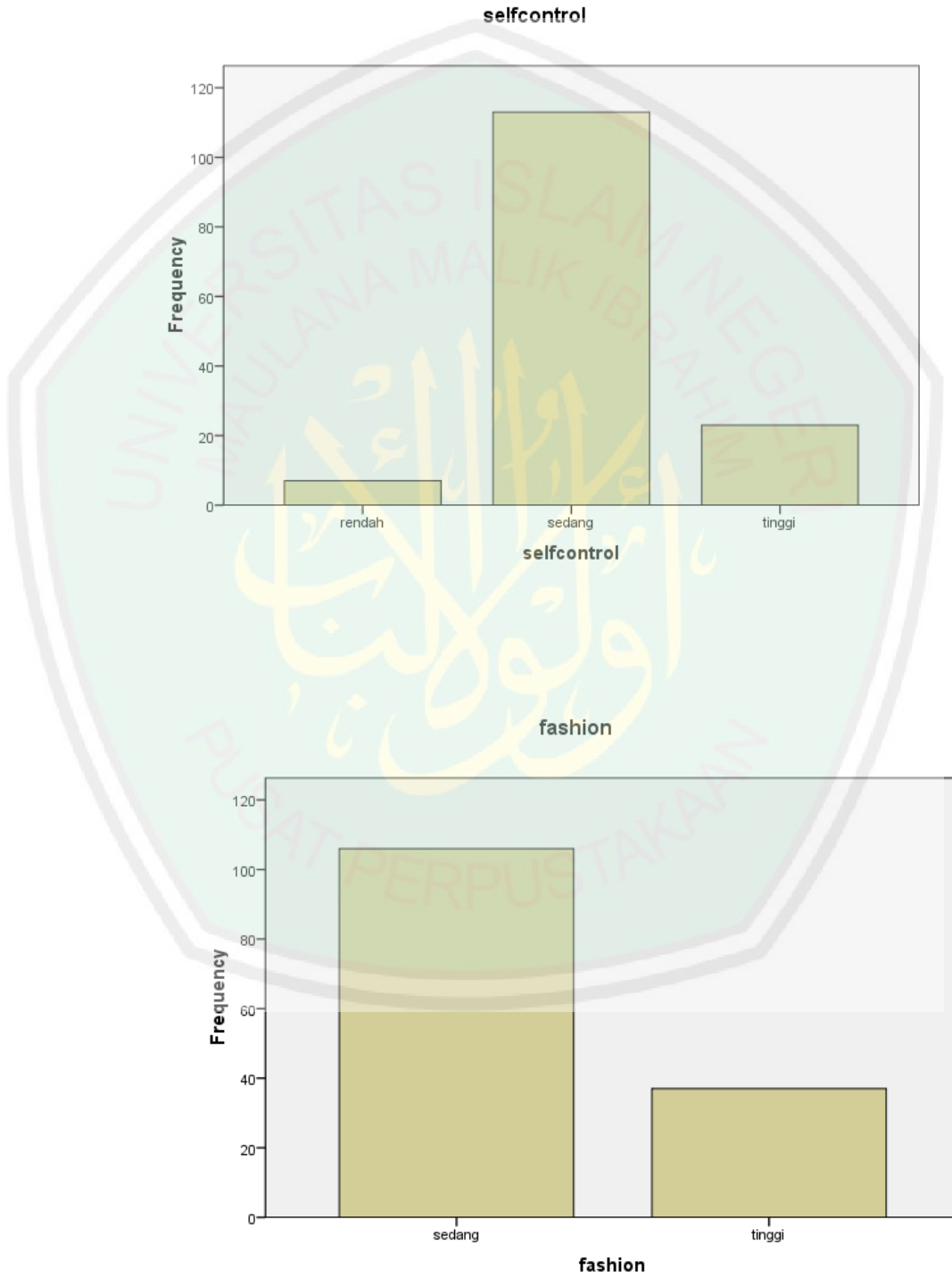
		skala1	skala2
N		143	143
Normal Parameters ^a	Mean	47.55	96.06
	Std. Deviation	8.194	11.992
Most Extreme Differences	Absolute	.055	.068
	Positive	.055	.043
	Negative	-.048	-.068
Kolmogorov-Smirnov Z		.652	.814
Asymp. Sig. (2-tailed)		.789	.522
a. Test distribution is Normal.			

Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
skala2 *	Between	(Combined)	14132.858	35	403.796	6.872	.000
skala1	Groups	Linearity	12348.547	1	12348.547	210.144	.000
		Deviation from Linearity	1784.311	34	52.480	.893	.638
	Within Groups		6287.575	107	58.762		
	Total		20420.434	142			

Uji Deskriptif



Kategorisasi *Self Control*

selfcontrol

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	rendah	7	4.9	4.9	4.9
	sedang	113	79.0	79.0	83.9
	tinggi	23	16.1	16.1	100.0
	Total	143	100.0	100.0	

Kategorisasi *Fashion Involvement*

fashion

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sedang	106	74.1	74.1	74.1
	tinggi	37	25.9	25.9	100.0
	Total	143	100.0	100.0	

Uji korelasi

Correlations

		sc	fi
sc	Pearson Correlation	1	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	143	143
fi	Pearson Correlation	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	143	143

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).