

**GAMBARAN PERILAKU KONSUMTIF PADA PELAKU MODIFIKASI  
SEPEDA MOTOR DI KOTA PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau

Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Strata Satu Psikologi



Oleh :

**NANDA ALFATH FAZELA**  
**168110018**

**FAKULTAS PSIKOLOGI**  
**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**PEKANBARU**

**2020**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**GAMBARAN PERILAKU KONSUMTIF PADA PELAKU  
MODIFIKASI SEPEDA MOTOR DI KOTA PEKANBARU**

**NANDA ALFATH FAZELA**  
**168110018**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Pada Tanggal  
**05 September 2020**

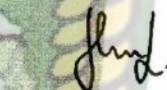
**DEWAN PENGUJI**

Syarifah Farradina, S.Psi., MA

Dr. Fikri, S.Psi., M.Si

Leni Armayati, S.Psi, M.Si

**TANDA TANGAN**

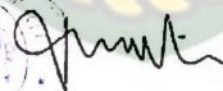


Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Psikologi

Pekanbaru, 27 Oktober 2020

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi



**Yanwar Arief, M.Psi Psikolog**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nanda Alfath Fazela

NPM : 168110018

Judul Skripsi : Gambaran Perilaku Konsumtif Pada Pelaku Modifikasi Sepeda Motor di Kota Pekanbaru

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya saya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan pernyataan ini, maka saya bersedia gelar kesarjanaan saya dicabut.

Pekanbaru, 2020

Yang menyatakan,



**Nanda Alfath Fazela**

**168110018**

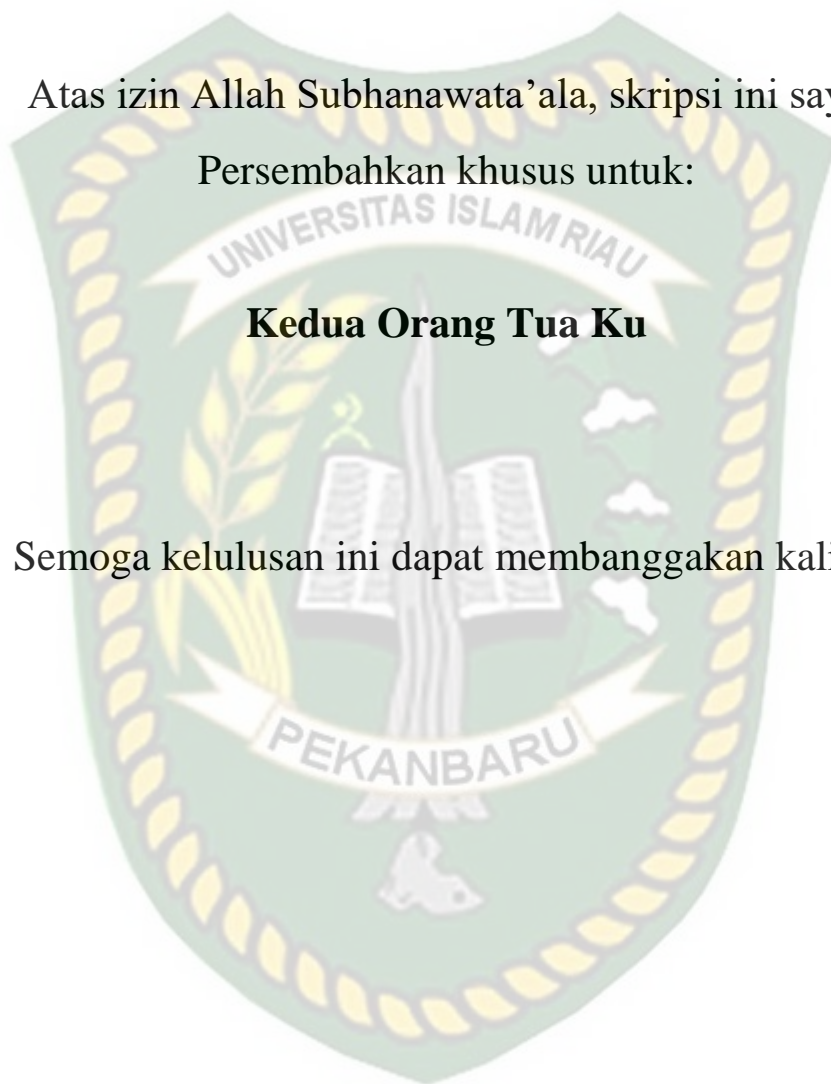
## HALAMAN PERSEMBAHAN

Atas izin Allah Subhanawata'ala, skripsi ini saya

Persembahkan khusus untuk:

**Kedua Orang Tua Ku**

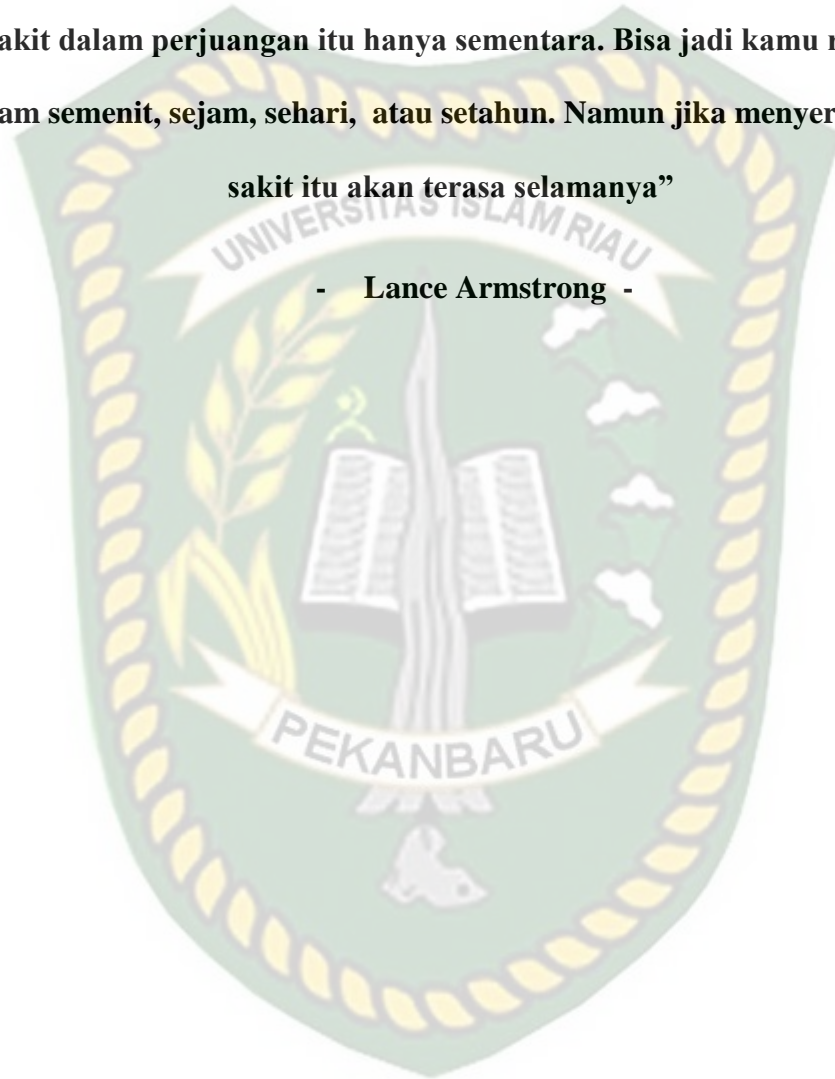
Semoga kelulusan ini dapat membanggakan kalian



## MOTTO

**“Sakit dalam perjuangan itu hanya sementara. Bisa jadi kamu rasakan dalam semenit, sejam, sehari, atau setahun. Namun jika menyerah, rasa sakit itu akan terasa selamanya”**

**- Lance Armstrong -**



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum wr.wb*

*Alhamdulillah rabbil'alamin*, segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT, yang senantiasa memberikan rahmat dan hidayahnya kepada penulis dan atas izin-Nyalah sehingga penlis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Gambaran Perilaku Konsumtif Pada Pelaku Modifikasi Sepeda Motor di Kota Pekanbaru”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana program studi strata 1 (S1) pada Fakultas Ilmu Psikologi Universitas Islam Riau.

Dalam pelaksanaan penyesuaian skripsi ini penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan kali ini penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

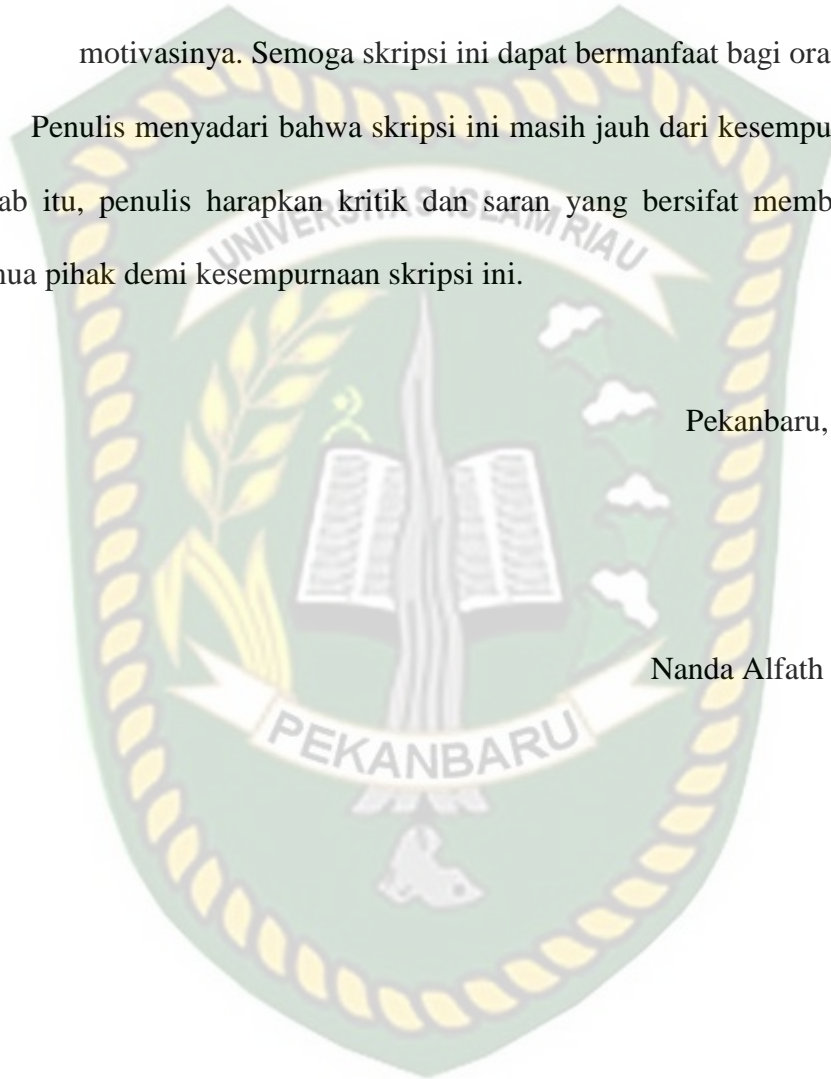
1. Bapak Prof. Dr. H Syafrinaldi, SH., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau.
2. Bapak Yanwar Arief, M.Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi serta Dosen Penasehat Akademik.
3. Bapak Dr. Fikri, S.Psi., Msi selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
4. Ibu Lisfarika Napitupulu, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan II Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

5. Ibu Yulia Herawati, S.Psi., MA, selaku Wakil Dekan III Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
6. Ibu Juliarni Siregar, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
7. Bapak Didik Widianoro, M.Psi., Psikolog selaku Sekretasi Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
8. Ibu Syarifah Farradina, S.Psi., M.A Selaku Pembimbing Skripsi yang dengan ikhlas selalu memberikan motivasi, serta arahan dan dukungan kepada penulis selama proses pembuatan skripsi.
9. Bapak/Ibu dosen dan staff karyawan Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas dukungannya yang sangat bermanfaat bagi penulis, serta telah memberikan ilmu dan berbagai pengalaman selama penulis belajar di Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
10. Terima kasih kepada kedua orang tua penulis (bapak Elrasyidi Albi dan Ibu Fauziah) yang telah memberikan dukungan dan motivasi utama bagi saya untuk dapat segera menyelesaikan skripsi ini, serta adik (Dinda Fuji Rahmadani Fazela) yang selalu memberikan doa, dukungan serta motivasi kepada penulis.
11. Terima kasih kepada Zaki Muhammad Alhan, Fikri Okta yuda, Rivaldo Irfan dan Rafica Mahera yang telah turut membantu, mendukung, memberi saran, serta motivasi kepada penulis selama mengerjakan skripsi ini.

12. Terima kasih kepada semua pihak yang bersedia membantu selama proses penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Penulis ucapkan terima kasih atas bantuan, dukungan dan motivasinya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu, penulis harapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru, 2020

Nanda Alfath Fazela



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>MOTTO</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	x
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xi
<b>ABSTRAK</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	4
1.4 Manfaat Penelitian .....	4
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	4
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	6
2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	6
2.2 Aspek Perilaku Konsumtif.....	7
1. Pembelian Implusif .....	7
2. Pemborosan .....	7
3. Pembelian tidak rasional .....	7
2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	8
1. Faktor kebudayaan .....	8
2. Faktor sosial .....	8
3. Faktor pribadi .....	8
4. Faktor psikologis .....	9

2.4	Gambaran Perilaku Konsumtif Pada Pelaku Modifikasi Sepeda Motor di Kota Pekanbaru.....	9
2.5	Kerangka Berpikir .....	11
2.6	Hipotesis.....	12
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>13</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	13
3.2	Identifikasi Variabel .....	13
3.3	Definisi operasional variabel penelitian .....	13
3.4	Subjek Penelitian .....	14
3.4.1	Populasi Penelitian .....	14
3.4.2	Sampel penelitian .....	14
3.5	Teknik Pengambilan Sampel .....	15
3.6	Metode pengumpulan data.....	15
3.7	Validitas dan reliabilitas .....	18
3.7.1	Validitas Skala.....	18
3.7.2	Reliabilitas.....	19
3.8	Metode Analisis Data .....	20
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>21</b>
4.1	Orientasi kancan penelitian.....	21
4.2	Pelaksanaan Uji Coba Skala ( <i>Tryout</i> ).....	21
4.3	Pelaksanaan Penelitian.....	22
4.4	Hasil Analisis Penelitian.....	22
4.4.1	Data Demografi Subjek penelitian .....	22
4.4.2	Deskripsi Perilaku Konsumtif .....	24
4.4.3	Deskripsi Perilaku Konsumtif Pada Penelitian Secara Umum.....	25
4.4.4	Analisis Perbedaan .....	27
4.4.5	Kategorisasi Rentang Skor Berdasarkan Demografi.....	30
4.5	Pembahasan .....	35
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>41</b>
5.1	Kesimpulan .....	41
5.2	Saran .....	41

**DAFTAR PUSTAKA ..... 43**

**LAMPIRAN - LAMPIRAN .....**



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b>	<i>Blue print</i> skala perilaku konsumtif sebelum <i>try out</i> .....	17
<b>Tabel 3.2</b>	<i>Blue print</i> skala perilaku konsumtif setelah <i>try out</i> .....	18
<b>Tabel 4.1</b>	Deskripsi Data Demografi.....	23
<b>Tabel 4.2</b>	Rentang Skor Perilaku Konsumtif.....	25
<b>Tabel 4.3</b>	Rumus kategori .....	25
<b>Tabel 4.4</b>	Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif Secara Umum .....	26
<b>Tabel 4.5</b>	Analisis Varians (ANOVA).....	27
<b>Tabel 4.6</b>	Analisis Varians (ANOVA) .....	28
<b>Tabel 4.7</b>	Analisis Varians (ANOVA) .....	29
<b>Tabel 4.8</b>	Rentang Nilai dan Kategorisasi Skor Berdasarkan Usia .....	30
<b>Tabel 4.9</b>	Rentang Nilai dan Kategorisasi Skor Berdasarkan Total Biaya Modifikasi.....	31
<b>Tabel 4.10</b>	Rentang Nilai dan Kategorisasi Skor Berdasarkan Total Memodifikasi Sepeda Motor Dalam 1 Tahun Terakhir.....	33

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4.1</b> Kategorisasi Perilaku Konsumtif Pada Pelaku Modifikasi Sepeda Motor di Kota Pekanbaru.....	26
<b>Gambar 4.2</b> Kategorisasi Skor Berdasarkan Usia .....	31
<b>Gambar 4.3</b> Kategorisasi Skor Berdasarkan Total Biaya Modifikasi .....	32
<b>Gambar 4.4</b> Kategorisasi Skor Berdasarkan Total Memodifikasi Sepeda Motor dalam 1 Tahun Terakhir.....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN I</b>	<b>SKALA PENELITIAN</b>
<b>LAMPIRAN II</b>	<b>HASIL DISTRIBUSI DATA</b>
<b>LAMPIRAN III</b>	<b>VALIDITAS DAN RELIABILITAS SEBELUM <i>TRY OUT</i></b>
<b>LAMPIRAN IV</b>	<b>VALIDITAS DAN RELIABILITAS SESUDAH <i>TRY OUT</i></b>
<b>LAMPIRAN V</b>	<b>ANANLISIS VARIABEL</b>
<b>LAMPIRAN VI</b>	<b>UJI PERBEDAAN</b>
<b>LAMPIRAN VII</b>	<b>KATEGORISASI</b>

# **GAMBARAN PERILAKU KONSUMTIF PADA PELAKU MODIFIKASI SEPEDA MOTOR DI KOTA PEKANBARU**

Nanda Alfath Fazela

168110018

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

## **ABSTRAK**

Perilaku konsumtif merupakan perilaku dimana individu membeli barang secara berlebihan mengabaikan kebutuhan dan mementingkan keinginan atau kesenangan semata. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui gambaran perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 200 orang pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru yang dipilih dengan teknik *snowball sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 16 aitem. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Berdasarkan analisis diketahui bahwa perilaku konsumtif di kalangan pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru berada pada kategori sedang. Sementara itu, tidak ada perbedaan perilaku konsumtif berdasarkan usia. Akan tetapi, terdapat perbedaan yang signifikan berdasarkan total biaya modifikasi dan total memodifikasi sepeda motor dalam 1 tahun terakhir.

Kata Kunci : Perilaku konsumtif, Modifikasi

# DESCRIPTION OF CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF MOTORCYCLE MODIFICATION ACTORS IN PEKANBARU CITY

Nanda Alfath Fazela

168110018

**FACULTY OF PSYCHOLOGY  
RIAU ISLAMIC UNIVERSITY**

## **ABSTRACT**

Consumptive behavior is behavior in which individuals buy goods excessively, ignoring needs and prioritizing only wants or pleasures. The purpose of this study is to describe the consumptive behavior of motorcycle modification actors in Pekanbaru City. The subjects in this study were 200 motorcycle modification actors in Pekanbaru City who were selected by snowball sampling technique. The method of using data uses a behavior scale consisting of 16 items. The analysis used in this research is descriptive quantitative. Based on the analysis, it is known that the consumptive behavior among motorcycle modification actors in Pekanbaru City is in the medium category. Meanwhile, there was no difference in consumptive behavior based on age. However, there is a significant difference based on the total cost of modification and the total cost of modifying a motorcycle in the last 1 year.

Keywords: Consumptive behavior, modification

وصف السلوك الاستهلاكي في ممثلي تعديل الدراجات النارية في مدينة  
باكنبارو

ناندا الفتح فازيلا

168110018

كلية علم النفس

الجامعة الإسلامية الرياوية

الملخص

السلوك الاستهلاكي هو السلوك حيث يشتري الأفراد السلع بشكل مفرط ويتجاهلون احتياجاتهم أو يستمتعون بها. الغرض من هذا البحث هو وصف السلوك الاستهلاكي لممثلي تعديل الدراجات النارية في مدينة باكنبارو. كان الذات في هذا البحث هم 200 من الممثلين في تعديل الدراجات النارية في مدينة باكنبارو الذين تم اختيارهم بتقنية أخذ العينات العرضية. تستخدم طريقة جمع البيانات مقياس السلوك الاستهلاكي الذي يتكون من 16 عنصرًا. التحليل المستخدم في هذا البحث وصفي كمي. بناءً على التحليل، من المعروف أن السلوك الاستهلاكي بين جهات الممثلين في تعديل الدراجات النارية في مدينة باكنبارو يقع في الفئة المتوسطة. وفي الوقت نفسه، لم يكن هناك اختلاف في السلوك الاستهلاكي على أساس العمر. ومع ذلك، هناك فرق معنوي بناءً على التكلفة الإجمالية للتعديل والتكلفة الإجمالية لتعديل دراجة نارية في العام الماضي الأخير.

الكلمات الرئيسية: السلوك الاستهلاكي، التعديل

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi ini kehidupan manusia tidak terlepas dari alat transportasi salah satunya sepeda motor. Sepeda motor bukan hanya sekadar alat memberikan kemudahan dalam melakukan mobilitas, tetapi sepeda motor juga sebagai penyalur hobi dan mengekspresikan diri melalui modifikasi.

Modifikasi sepeda motor di Indonesia telah marak dilakukan oleh berbagai kalangan khususnya remaja laki-laki. Berdasarkan fenomena yang peneliti temukan dilapangan, pelaku modifikasi sepeda motor mengeluarkan biaya yang lebih untuk membeli barang dan aksesoris-aksesoris demi menunjang penampilan sepeda motor mereka. Mereka mengatakan biaya untuk modifikasi minimalis menghabiskan biaya kurang dari 1,5 juta rupiah, biasanya mengganti aksesoris-aksesoris yang tidak terlalu mahal. Modifikasi yang mengeluarkan biaya 1,5 sampai 3 juta rupiah yang digunakan untuk mengganti warna cat motor, *custom striping*, mengganti velg, mengganti ban, tromol, knalpot dan sebagainya. Modifikasi yang mengeluarkan biaya lebih dari 5 juta rupiah biasa digunakan untuk membeli barang *sparepart* berbahan *full stainless* (model *chrome*, *twotone*, *rainbow*, *green*, *blue & gold*) bahkan *full titanium*, modifikasi *detailing*, menaikkan tenaga motor (*bore up* mesin), dan membeli barang dari buatan luar negeri. Hal ini juga didukung berdasarkan hasil wawancara tidak berstruktur sebagai langkah awal penelitian ini kepada pemilik toko variasi sepeda motor, beliau menyatakan

bahwa pelanggan yang datang untuk modifikasi pada umumnya remaja kalangan laki-laki, mereka menghabiskan biaya sekitar 1 – 3 juta rupiah untuk modifikasi sepeda motor mereka.

Remaja secara umum dibagi menjadi 3 rentang usia, masa remaja awal (12 – 15 tahun), remaja tengah (15 – 18 tahun), dan remaja akhir (18-21 tahun) yang setiap rentang usia memiliki kekhasannya masing-masing (Monks, Knoers dan Hadinoto, 2014). Remaja memiliki kesempatan yang besar dalam mengalami hal-hal baru dan mencoba hal-hal yang tak biasa (Lestarina, dkk, 2017). Hal-hal baru terkait dengan hobi seperti melakukan modifikasi sepeda motor, yang biasanya dibeli secara berlebihan dan tidak wajar.

Membeli secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif. Pembelian barang yang dilakukan kebanyakan remaja bukan saja untuk memenuhi kebutuhan, tetapi lebih dari pada mengedepankan gaya hidup (Semuel, 2006). Hal ini pula didukung oleh pendapat Lina & Rosyid (1997) mengatakan bahwa konsumtif erat kaitannya dengan perilaku orang yang membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional karena pembelian tidak berdasarkan faktor kebutuhan lagi, tetapi sudah taraf keinginan yang berlebihan.

Keinginan yang kuat untuk meningkatkan kepercayaan diri dan ingin diterima oleh kelompok membuat remaja membeli barang secara tidak wajar (Lestarina, dkk, 2017). Pendapat ini juga diperkuat dengan pendapat Maulana (2013) bahwa pergaulan remaja mempengaruhi perilaku konsumtif, karena adanya keinginan mengikuti penampilan gaya dan imej citra yang sama dengan teman

sebayanya. Salah satunya mereka bersedia membeli barang modifikasi yang sedang *trend* dan mahal agar tampilan sepeda motor mereka lebih menarik.

Pergaulan teman sebaya dapat memicu perilaku konsumtif, karena orang cenderung meniru penampilan dan gaya, agar dapat diterima oleh lingkungan pergaulannya (Susanti, Matsun & Purwaningsih, 2016). Penelitian terdahulu terkait dengan pemberitaan tersebut menyatakan bahwa adanya penilaian diri yang positif, terhadap keinginan diterimanya dan dihargainya oleh teman sebaya bertujuan agar dapat menunjukkan eksistensi diri dalam kelompoknya (Lina & Rosyid, 1997).

Satu fenomena yang pernah di bicarakan di media elektronik Indonesia yaitu CNN Indonesia yang diakses pada tanggal 21 Januari 2020. Media massa tersebut melaporkan bahwa “generasi milenial merasa tertekan untuk ikut membeli barang-barang tertentu apabila teman-teman di lingkungannya juga menggunakan atau memiliki barang tersebut”. Hal ini berbanding lurus dengan hasil wawancara tak berstruktur oleh peneliti kepada pelaku modifikasi sepeda motor yang dimana mereka memodifikasi sepeda motor karena pengaruh teman sebaya dilingkungannya. Mereka memodifikasi sepeda motor mereka sesuai dengan standar dari komunitas agar mereka diakui sebagai bagian dari komunitas itu.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah dipaparkan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaku modifikasi sepeda motor rela menghabiskan banyak uang untuk membeli barang dan aksesoris mahal, premium dan bahkan membeli barang atau aksesoris buatan luar negeri. Mereka membeli bukan berdasarkan kebutuhan, tetapi membeli hanya demi menunjang penampilan

sepeda motor mereka agar lebih menarik, agar lebih dipandang memiliki status sosial yang tinggi dan juga agar dapat diakui sebagai bagian dari teman-teman dilingkungannya. Hal inilah yang membuat pelaku modifikasi sepeda motor menjadi konsumtif.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka peneliti perlu menggambarkan bagaimana perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor dikota Pekanbaru.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskannya masalah dalam penelitian ini. Adapun rumusan masalah tersebut adalah bagaimana gambaran perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor di kota Pekanbaru ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menggambarkan perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini peneliti berharap dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya, juga untuk sumbangan ilmiah pada Psikologi khususnya Psikologi industri dan organisasi, Psikologi Konsumen, dan Psikologi Sosial.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

Pertama, bagi pelaku modifikasi agar mengetahui seperti apa gambaran perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi terkhususnya di Kota Pekanbaru. Kedua, bagi pemilik toko variasi, agar mengetahui alasan kenapa pelaku modifikasi memiliki perilaku konsumtif.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Pembahasan mengenai perilaku konsumtif perlu dilakukan dikaji melalui penafsiran perilaku konsumen. Perilaku konsumen pertama kali ditulis oleh ahli sosiologi dan ekonomi Amerika, Thorstein Veblen membahas tentang “Konsumsi yang mencolok” pada tahun 1899. Perilaku konsumen didefinisikan sebagai proses membeli, proses tukar menukar barang, mengkonsumsi barang, jasa dan serta ide-ide (Mowen & Minor, 2002).

Kata “perilaku” dalam KBBI *online* (2020) memiliki makna sebagai reaksi atau tanggapan terhadap suatu rangsangan. Sedangkan kata “konsumtif” memiliki makna sebagai sifat konsumsi atau hanya memakai dan tidak menghasilkan sendiri (KBBI *online*, 2020).

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai proses pembelian dan pertukaran yang melibatkan mengkonsumsi barang dan jasa. Dapat dikatakan juga bahwa mereka yang melakukan perilaku konsumtif melakukan mengkoleksi barang secara berlebihan tanpa memikirkan kegunaan sering kali dikaitkan dengan perilaku konsumtif (Kotler & Keller, 2008).

Perilaku konsumtif seseorang akan berubah seiring dengan perubahan budaya, kelas sosial, gaya hidup dan konsep diri. Hal yang mendasari perilaku konsumtif adalah barang merek terkenal, bentuk barang, dan membeli barang dengan niat untuk mendapatkan hadiahnya (Kotler & Keller, 2008).

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli dan mengkonsumsi barang secara berlebihan, karena membeli barang hanya berdasarkan aspek keinginan bukan berdasarkan kebutuhan yang mendesak (Susanti, Matsun & Purwaningsih, 2016). Perilaku konsumtif dilihat sebagai kultur hidup yang boros, karena membelanjakan barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan (Susanti, *et al*, 2016).

Berdasarkan dari uraian pendapat diatas, maka diperoleh kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku dimana individu membeli barang secara berlebihan mengabaikan kebutuhan dan mementingkan keinginan atau kesenangan semata.

## **2.2 Aspek Perilaku Konsumtif**

Aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan Kotler berdasarkan perilaku konsumen, dikembangkan oleh Lina & Rosyid (1997) dibagi menjadi tiga, yaitu :

### **1. Pembelian Implusif**

Menunjukkan seorang individu berperilaku membeli semata-mata hanya karena keinginan sesaat, dilakukan tanpa pertimbangan terlebih dahulu, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kedepannya dan biasanya bersifat emosional.

### **2. Pemborosan**

Menunjukkan seorang individu mengeluarkan uang secara berlebihan untuk membeli tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

### **3. Pembelian tidak rasional**

Menunjukkan dimana seorang individu membeli barang atas dasar kenyamanan dan kesenangan semata.

Berdasarkan dari uraian aspek perilaku konsumtif diatas, dapat diambil kesimpulan aspek perilaku konsumtif ada tiga, pertama pembelian impulsif, kedua pemborosan dan ketiga pembelian tidak rasional.

### **2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumif**

Beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut (Kotler, 1995), yaitu :

#### **1. Faktor kebudayaan**

Faktor kebudayaan terdiri dari budaya, sub-budaya dan kelas sosial. Budaya adalah dasar dari perilaku, pemahaman dan ambisi dari individu dan masyarakat. Sub-budaya adalah kumpulan masyarakat yang hidup bersama dan saling berbagi peraturan tata tertib yang sama. Sub-budaya meliputi kelompok ras, agama, daerah geografis dan kebangsaan. Kelas sosial adalah klasifikasi masyarakat yang bertingkat yang mana personelnya memiliki perilaku, minat dan nilai yang sama.

#### **2. Faktor sosial**

Faktor sosial terdiri dari kelompok acuan, kerluarga, peran dan status. Kelompok merupakan sekumpulan orang yang bekerja sama demi memenuhi target bersama. Setiap individu memiliki peran yang mencerminkan status didalam masyarakat. Individu atau masyarakat membeli suatu produk berdasarkan cerminan status dan peran mereka.

#### **3. Faktor pribadi**

Faktor pribadi terdiri dari usia, siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian. Faktor pribadi juga sangat mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan saat mau mengkonsumsi

atau membeli suatu produk. Selera individu akan akan berubah sesuai dengan usianya, keputusan pembelian terbentuk dari siklus hidupnya. Gaya hidup adalah cara individu mengekspresikan dirinya dalam bentuk kegiatan, minat, dan pendapatnya. Individu dalam kelompok yang serupa berpotensi memiliki kebiasaan hidup yang tidak sama dan perilaku perindividu yang tidak sama juga mempengaruhi perilaku konsumsinya

#### **4. Faktor psikologis**

Faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Motivasi adalah suatu tekanan keinginan yang besar demi mendorong individu mencapai kebutuhan atau kepuasan. Persepsi merupakan cara individu dalam mengatur, memilih dan memahami informasi. Pembelajaran membuat pembelian individu berubah berdasarkan pengalaman. Keyakinan merupakan ketetapan hati individu untuk berperilaku dan evaluasi, pandangan individu yang relatif sama terhadap sebuah produk.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif itu ada empat, yaitu faktor kebudayaan, faktor sosial, faktor kepribadian dan faktor psikologis.

#### **2.4 Gambaran Perilaku Konsumtif Pada Pelaku Modifikasi Sepeda Motor di Kota Pekanbaru**

Perilaku konsumtif banyak terjadi pada kalangan pecinta modifikasi sepeda motor, terkhususnya dikalangan remaja akhir. Remaja akhir pelaku modifikasi sepeda motor membeli barang dan aksesoris-aksesoris secara berlebihan dan tidak wajar demi menunjang penampilan sepeda motor mereka agar terlihat keren dan

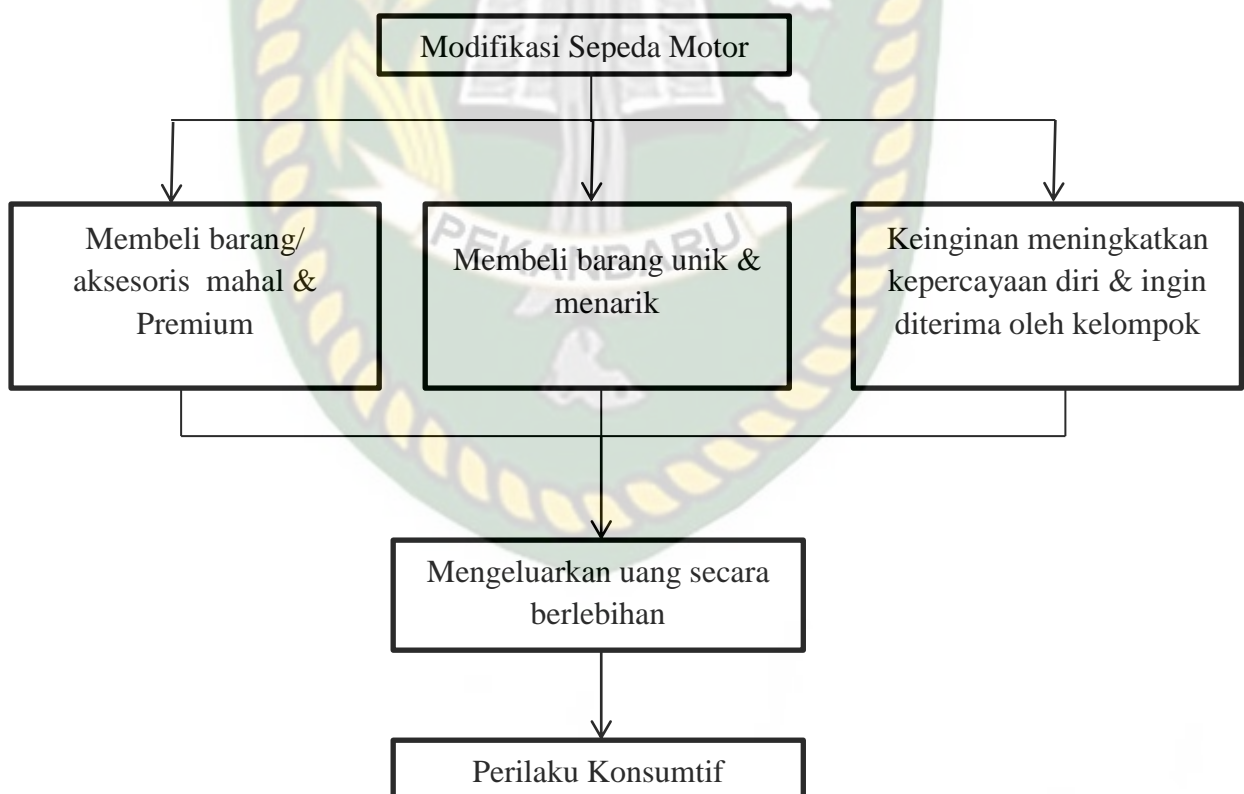
elegan, membeli secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut perilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan teori Kotler & Keller (2008) yang mengatakan Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai proses membeli atau mengonsumsi barang dan jasa secara berlebihan tanpa memikirkan kegunaan.

Pelaku modifikasi rela mengeluarkan uang yang lebih demi menunjang penampilan sepeda motor mereka dan juga ingin terlihat keren dan *trendy* agar memiliki status sosial yang tinggi di masyarakat. Hal ini sejalan dengan pendapat Lina & Rosyid (1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif membutuhkan uang yang lebih untuk memenuhi keinginan, membeli barang melebihi kebutuhan yang rasional, karena pembelian tidak berdasarkan kebutuhan lagi tetapi berdasarkan keinginan yang berlebih. Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) mengatakan walaupun menghabiskan uang saku mereka, mereka melakukan itu karena untuk menjaga gengsi mereka, mereka ingin terlihat gaul, keren, kekinian, dan untuk memiliki status sosial yang tinggi.

Pelaku modifikasi memodifikasi sepeda motor mereka sesuai dengan standar-standar yang berlaku dikelompok atau komunitasnya, mereka melakukan hal itu agar dapat diakui dan diterima sebagai bagian dari kelompok atau komunitas itu. sejalan dengan penelitian Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny & Harlina (2017) yang mengatakan keinginan yang kuat untuk meningkatkan kepercayaan diri dan ingin diterima oleh kelompok membuat remaja membeli barang secara tidak wajar.

Berdasarkan dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan remaja akhir pelaku modifikasi sepeda motor rela mengeluarkan biaya yang lebih untuk memodifikasi sepeda motor mereka agar sepeda motor mereka terlihat lebih keren dan elegan. Mereka juga memodifikasi sepeda motor mereka sesuai dengan standar-standar yang berlaku didalam lingkungan teman sebaya atau kelompoknya, agar diakui dan diterima sebagai bagian dari kelompok. Hal inilah yang menimbulkan munculnya perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor.

## 2.5 Kerangka Berpikir



Individu merasa bosan dengan tampilan sepeda motor mereka yang terlihat biasa saja. Kemudian individu melakukan modifikasi ke sepeda motornya, ditandai dengan dimana individu membeli barang atau aksesoris sepeda motor yang mahal atau premium. Juga membeli barang yang bentuk atau modelnya unik dan menarik. Individu memodifikasi sepeda motor mereka karena untuk meningkatkan kepercayaan diri dan juga ingin diterima oleh kelompok. Berdasarkan penjelasan-penjelasan diatas, demi menunjang penampilan sepeda motor mereka dan juga untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka, individu rela mengeluarkan uang lebih. Mereka membeli barang atau aksesoris sepeda motor bukan berdasarkan kebutuhan lagi, tetapi sudah masuk ketaraf keinginan yang berlebih. Hal inilah yang menimbulkan perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor.

## **2.6 Hipotesis**

Berdasarkan uraian diatas maka hipotesis dalam penelitian ini adalah ada Gambaran Perilaku Konsumtif pada Pelaku Modifikasi Sepeda Motor di Kota Pekanbaru.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini mendeskripsikan perilaku konsumtif pada pengendara motor modifikasi data terbagi secara katagorikal, maka penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Menurut Bugin (2011) penelitian kuantitatif deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan serta menjelaskan fenomena, kondisi dan situasi dari variabel tersebut dan analisis kategori berdasarkan data identitas diri.

#### **3.2 Identifikasi Variabel**

Variabel penelitian adalah variabel yang bermacam-macam yaitu elemen – elemen yang bisa bertukar sesuai dengan kebutuhan penelitian. Variabel harus ditetapkan dengan jelas supaya alur kaitan variabel dalam penelitian dapat dilacak dan dapat dijabarkan (Bungin, 2011). Penelitian ini mengandung variabel perilaku konsumtif sebagai variabel tunggal.

#### **3.3 Definisi operasional variabel penelitian**

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai proses membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan tanpa memikirkan kegunaan (Kotler & Keller, 2008). Perilaku konsumtif diukur menggunakan skala perilaku konsumtif yang peneliti susun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Kotler berdasarkan perilaku konsumen dan dikembangkan oleh Lina & Rosyid (1997) yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan pembelian tidak

rasional. Semakin tinggi skor skala menunjukkan semakin tinggi perilaku konsumtif seseorang, bergitupun sebaliknya.

### **3.4 Subjek Penelitian**

#### **3.4.1 Populasi Penelitian**

Populasi adalah subjek yang memiliki ciri dan karakteristik yang sama untuk membedakan dari kelompok subjek lainnya. ciri yang dimaksudkan tidak sebatas lokasi saja namun juga terdiri dari ciri dan karakteristik individu (Azwar, 2015). Menurut Bugin (2011) populasi berakar dari bahasa Inggris yaitu *population*, yang memiliki arti jumlah masyarakat atau penduduk.

Populasi digunakan untuk menyebutkan sekelompok subjek yang akan menjadi sasaran penelitian. populasi dalam penelitian ini adalah para pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru.

#### **3.4.2 Sampel penelitian**

Sampel penelitian merupakan jumlah dari sebagian yang dimiliki populasi yang memiliki karakteristik dan ciri yang serupa dengan populasi. Baik buruknya sampel dapat dilihat dari tingkat kesamaan dengan ciri dan karakteristik populasi (Azwar, 2015). Sampel merupakan sebagian dari populasi yang digunakan untuk menentukan ciri yang diinginkan dari suatu populasi (Siregar, 2012). Sampel dalam penelitian ini adalah remaja akhir pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru yang berjumlah 200 orang.

### 3.5 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Snowball Sampling*. Menurut Sugiyono (2016) *Snowball sampling* merupakan teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar. Ibarat bola saju yang menggelinding yang lama-lama membesar. Pertama-tama peneliti menyebarkan beberapa remaja akhir pelaku modifikasi sepeda motor yang sedang sedang berkumpul di sebuah tempat, karena dengan beberapa sampel tadi peneliti merasa kurang cukup, kemudian peneliti pindah ke tempat lainnya dimana lebih banyak remaja akhir pelaku modifikasi sepeda motor berkumpul. Jika merasa kurang, peneliti kembali pindah ke tempat lainnya untuk mencari sampel yang lebih banyak. Begitu seterusnya hingga peneliti mendapatkan 200 orang yang cocok sebagai sumber data. Adapun kriteria atau syarat-syarat yang peneliti tetapkan untuk menentukan sampel peneliti adalah pelaku modifikasi sepeda motor yang berada pada kategori usia remaja akhir yaitu 18 – 21 tahun dan saat ini tinggal di Kota Pekanbaru.

### 3.6 Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data merupakan langkah dalam mengumpulkan data untuk menentukan berhasil atau tidaknya sebuah penelitian (Bugin, 2011). Pada penelitian kali ini peneliti memakai jenis penelitian deskriptif kuantitatif untuk memahami gambaran perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor di Kota pekanbaru. Alat ukur yang digunakan untuk menghimpun data pada penelitian ini adalah menggunakan skala, skala merupakan bentuk pengumpulan

data dengan memakai susunan persoalan atau pernyataan yang diberikan kepada subjek yang berisi aitem-aitem (Azwar, 2012).

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yakni skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan bentuk skala Likert yang dimodifikasi. Skala pada penelitian ini menggunakan enam kategori yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), agak setuju (AS), agak tidak setuju (ATS), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Skala ini terdiri dari aitem *favorable* dan *unfavorable*.

Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan satu skala yaitu skala perilaku konsumtif. Skala yang dibuat berdasarkan aspek-aspek pada perilaku konsumtif yaitu: pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian tidak rasional. Didukung dengan adanya indikator skala disusun menggunakan model skala Likert dan skala ini disusun berdasarkan aspek-aspek Kotler yang dikembangkan oleh Lina & Rosyid (1997).

Menurut Sugiyono (2011) skala likert digunakan untuk digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi, dan sikap individu atau sekelompok individu tentang fenomena sosial. Dengan interval skor 1-6 adapun rincian penelitian adalah sebagai berikut : nilai untuk respon terhadap pernyataan positif (*favorable*) : sangat setuju (SS) dengan nilai 6, setuju (S) dengan nilai 5, agak setuju (AS) dengan nilai 4, agak tidak setuju (ATS) dengan nilai 3, tidak setuju (TS) dengan nilai 2, sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 1. Untuk respon negatif (*unfavorable*) : sangat setuju (SS) dengan nilai 1, setuju (S) dengan nilai 2, agak setuju (AS) dengan nilai 3, agak tidak setuju (ATS) dengan nilai 4, tidak setuju (TS) dengan nilai 5 dan sangat tidak setuju (STS) dengan nilai 6.

**Tabel 3.1 Blue print skala perilaku konsumtif sebelum try out**

No	Aspek	Indikator	Nomor aitem		Jumlah aitem
			F	UF	
1	Pembelian implusif	Membeli secara tiba-tiba	10	13	7
		Menjaga status sosial	2, 6, 7, 18	17	
2	pemborosan	Membeli karena diskon / promo	11, 14	20	6
		Membeli barang bermerk	15, 19	9	
3	Pembelian tidak rasional	Membeli karena bentuk-nya menarik dan unik	8, 16	1	7
		Membeli karena sedang trend	3, 4, 12	5	
Jumlah			14	6	20

Berdasarkan Tabel 3.1 disimpulkan bahwa aspek pembelian implusif terdapat 2 indikator yang memiliki jumlah aitem sebanyak 7 butir, aspek pemborosan terdapat 2 indikator yang memiliki jumlah aitem sebanyak 6 butir dan aspek pembelian tidak rasional terdapat 2 indikator yang memiliki jumlah aitem sebanyak 7 butir. Sehingga jumlah keseluruhan aitem yang digunakan sebanyak 20 butir.

Berdasarkan hasil uji coba skala perilaku konsumtif yang diberikan kepada 30 responden, didapatkan koefisien *Alpha Cronbach's* sebesar 0,877 dan daya diskriminasi yang digunakan adalah  $> 0,30$ . dari 20 aitem yang di uji cobakan didapat 3 aitem yang gugur yaitu aitem nomor 10, 18, dan 20. Peneliti kembali melakukan seleksi aitem dan didapatkan *alpha* 0,893 dan ditemukan aitem yang gugur yaitu aitem nomor 14. Peneliti kembali melakukan seleksi aitem dan didapatkan koefisien *Alpha Cronbach's* 0,896. Aitem-aitem yang valid setelah dilakukan penguguran dapat dilihat pada tabel 3.2 dibawah ini :

**Tabel 3.2 Blue print skala perilaku konsumtif setelah try out**

No	Aspek	Indikator	Nomor aitem		Jumlah aitem
			F	UF	
1	Pembelian implusif	Membeli secara tiba-tiba	-	12	5
		Menjaga status social	2, 6, 7	15	
2	Pemborosan	Membeli karena diskon / promo	10	-	4
		Membeli barang bermerk	13, 16	9	
3	Pembelian tidak rasional	Membeli karena bentuk-nya menarik dan unik	8, 14	1	7
		Membeli karena sedang trend	3, 4, 11	5	
Jumlah			11	5	16

Jumlah aitem skala perilaku konsumtif pada penelitian ini sebanyak 20 butir aitem sebelum terjadinya pengguguran aitem. Setelah melakukan pengguguran aitem jumlah total butir aitem yang digunakan sebanyak 16 aitem. Azwar (2012) menjelaskan bahwa banyaknya aitem yang digunakan akan mempengaruhi pada motivasi dalam pengisian skala, memicu kelelahan dan faktor lain yang mempengaruhi relevansi pencapaian tujuan tes serta akan membutuhkan waktu lebih dalam administrasi.

### 3.7 Validitas dan reliabilitas

#### 3.7.1 Validitas Skala

Validitas berakar dari bahasa inggris yaitu *validity* yang berarti sepanjang apa ketepatan sebuah skala dalam menafsirkan tugas pengukurannya (Azwar, 2010). Sebelum digunakan, sebuah alat ukur harus dilakukan percobaan terlebih dahulu, untuk mengetahui presisi dan ketepatan skala dalam mengukur. Hal ini yang diistilahkan sebagai validitas (Azwar, 2010).

Azwar (2010) berpendapat bahwa tinggi rendahnya validitas sebuah alat ukur ditentukan dengan angka yang disebut koefisien validitas. Validitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini ialah validitas isi, yaitu sejauh mana aitem yang ada dalam skala menggambarkan ciri atribut yang akan diukur berdasarkan pendekatan logis. Dalam menentukan kebenaran dan kesahihan aitem menggunakan kriteria bahwa untuk skala psikologi menggunakan patokan koefisien korelasi 0,30 (Azwar, 2010). Untuk menguji validitas skala dalam penelitian ini menggunakan program SPSS 23 for windows.

### 3.7.2 Reliabilitas

Reliabilitas berakar dari bahasa inggris yaitu *reliability* yang memiliki makna konsistensi, kejelasan, keterpercayaan, kestabilan dan sebagainya, namun makna sebenarnya dari reliabilitas adalah sejauh mana hasil dari suatu pengukuran alat ukur dapat diandalkan. Alat ukur bisa dipercaya bila dalam berulang kali dilakukan pengukuran pada sekelompok sampel yang sama diperoleh data yang kurang lebih serupa (Azwar, 2015).

Azwar (2012) berpendapat angka koefisien reliabilitas adalah yang menentukan tinggi rendahnya reliabilitas sebuah alat ukur. Makin besar angka koefisien korelasi sebuah alat ukur maka reliabilitas semakin bagus. Azwar (2012) mengatakan semakin mengarah ke angka 1,00 koefisien reliabilitas sebuah alat ukur maka konsistensi alat ukur semakin komplit. Berdasarkan hasil uji coba pada **skala perilaku konsumtif didapat nilai *Alpha Cronbach's 0,896***.

### 3.8 Metode Analisis Data

Metode analisis yang digunakan oleh peneliti adalah analisis data deskriptif. Analisis data deskriptif memiliki tujuan yaitu untuk memberikan penjelasan atau gambaran mengenai subjek dalam suatu fenomena berdasarkan data yang diperoleh (identitas diri dan perilaku konsumtif) serta tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis (Bungin, 2011).

Sugiyono (2016) menjelaskan metode statistik deskriptif merupakan statistik yang dipakai untuk menganalisa data demi menjelaskan atau mengelaborasi data yang sudah di kumpulkan seapa adanya tidak dimaksudkan untuk membuat konklusi yang berlaku secara general atau umum. Metode deskriptif dipakai oleh peneliti untuk menjelaskan hasil penelitian untuk menjawab rumusan masalah mengenai gambaran variabel yang diteliti. Hasil analisa deskriptif dari data yang diperoleh adalah berupa gambaran perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor yang dapat disajikan dalam bentuk grafik atau persentase. Perhitungan analisis dilakukan menggunakan program komputer SPSS 23 *for windows*.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Orientasi kancah penelitian

Ketika melakukan penelitian, perlu untuk melakukan orientasi kancah penelitian dengan tujuan untuk memberikan penjelasan secara singkat dan tepat tentang lokasi pada suatu penelitian. Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru. Peneliti memilih tempat yang dimana banyak anak-anak pelaku modifikasi sepeda motor berkumpul, lebih tepatnya di Bundaran Keris Jl. Diponegoro, Stadion Utama Riau Jl. Naga Sakti, Kampus Universitas Riau Jl. HR. Soebrantas Panam, Kampus Universitas Islam Riau Jl. Kaharuddin Nasution, SPBU simpang Jl. Arifin Ahmad, Kawasaki Greentech Jl. Soekarno-Hatta, Jl. Jenderal Sudirman, Jl. HR. Soebrantas, Jl. SM. Amin, Jl. Kinibalu, Jl. Kartama, Jl. Air Dingin, Jl. Karya 1. Dalam penelitian ini, untuk mendapatkan data peneliti menyebarkan skala pada remaja akhir Pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru.

#### 4.2 Pelaksanaan Uji Coba Skala (*Tryout*)

Sebelum melakukan suatu penelitian, peneliti akan melakukan tahapan uji coba alat ukur, pengumpulan data dalam penelitian yang bertujuan memberikan informasi sejauh mana alat ukur dapat memenuhi syarat dalam melakukan penelitian Uji coba skala dilakukan secara online menggunakan *google formulir* kepada pelaku modifikasi sepeda motor. Penyebaran skala dilakukan selama 2 minggu mulai tanggal 25 mei sampai 8 juni. Pelaksanaan uji coba dilakukan secara online dengan cara men-*chatting* satu-persatu secara pribadi kepada orang

yang memodifikasi sepeda motornya. Sebelumnya peneliti meminta izin kepada subjek untuk mengisi skala, dan peneliti meng-*share link google form*.

### **4.3 Pelaksanaan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan selama satu bulan dua minggu terhitung dari tanggal 27 Mei 2020 hingga 12 Juli 2020 dengan jumlah sampel sebanyak 200 responden dengan pelaku modifikasi sepeda motor yang berada di Kota Pekanbaru. Penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan skala pada setiap responden melalui *google form* sebanyak 83 responden dan pembagian skala secara langsung 117 responden yang berpartisipasi. Sebelum melakukan pengisian skala, peneliti memberikan petunjuk pengisian setelah melakukan penyebaran kuesioner, maka peneliti akan mengumpulkan seluruh datanya yang digunakan untuk analisis penelitian.

### **4.4 Hasil Analisis Penelitian**

#### **4.4.1 Data Demografi Subjek penelitian**

Jumlah keseluruhan subjek penelitian yakni 200 sampel, peneliti menguraikan data demografi subjek penelitian berdasarkan usia, total biaya modifikasi, dan total memodifikasi sepeda motor dalam 1 tahun terakhir, yang mana hasil tersebut dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut :

**Tabel 4.1 Deskripsi Data Demografi**

<b>Kategori</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase (%)</b>
Usia		
18 Tahun	25	12,5
19 Tahun	46	23
20 Tahun	68	34
21 Tahun	61	30,5
Total Biaya Modifikasi		
< Rp.1.500.000	77	38,5
Rp.1.500.000 – Rp.3.000.000	80	40
Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000	24	12
> Rp.5.000.000	19	9,5
Total Modifikasi dalam 1 Tahun		
Terakhir		
< 3 kali	80	40
3 – 6 kali	87	43,5
> 6 kali	33	16,5

Pada tabel diatas menunjukkan pembagian subjek penelitian berdasarkan usia dari 200 orang subjek penelitian. Berdasarkan usia diketahui bahwa jumlah sampel paling banyak berada pada usia 20 tahun sebanyak 68 responden dengan persentase 34%, hal ini menunjukkan bahwa subjek yang melakukan modifikasi sepeda motor kebanyakan pada usia 20 tahun. Hasil ini didukung berdasarkan temuan peneliti dilapangan, dimana pelaku modifikasi sepeda motor kebanyakan kalangan muda khususnya remaja laki-laki. Diperkuat oleh hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif sudah menjadi kebiasaan di kalangan remaja dan alasan utama perilaku konsumtif mereka terjadi karena untuk menjaga gengsi mereka.

Berdasarkan total biaya modifikasi diketahui bahwa jumlah biaya yang dikeluarkan untuk modifikasi paling banyak sekitar Rp. 1.500.000 – Rp.3.000.000 sebanyak 80 responden dengan persentase 40%, hal ini menunjukkan bahwa subjek mengeluarkan banyak uang demi memodifikasi sepeda motor mereka.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh fakta dilapangan yang peneliti temukan dimana pelaku modifikasi sepeda motor menghabiskan uang ratusan hingga jutaan rupiah demi menunjang penampilan sepeda motor mereka. Juga didukung oleh hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) mengatakan walaupun menghabiskan uang saku mereka, mereka melakukan itu karena untuk menjaga gengsi mereka, mereka ingin terlihat gaul, keren, kekinian, dan untuk memiliki status sosial yang tinggi.

Deskripsi subjek penelitan berdasarkan total memodifikasi sepeda motor dalam 1 tahun terakhir sekitar 3 – 6 kali sebanyak 87 responden dengan persentase 43,5%, ini menunjukkan bahwa dalam kurun1 tahun terakhir subjek melakukan modifikasi sepeda motor 3 – 6 kali. Kemudian peneliti melakukan analisis perbedaan dan analisis kategorisasi berdasarkan demografi diatas. Hasil penelitian ini juga didukung oleh fakta dilapangan yang peneliti temukan dimana pelaku modifikasi sepeda motor membeli dan mengganti barang atau aksesoris berkali-kali dengan jenis barang yang sama tetapi dengan model atau merek yang berbeda. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian Lina & Rosyid (1997) menjelaskan bahwa pembelian tidak berdasarkan kebutuhan lagi tetapi berdasarkan keinginan yang berlebih. Juga sesuai dengan pendapat Susanti, Matsun & Purwaningsih (2016) mengatakan bahwa membeli barang hanya berdasarkan aspek keinginan bukan berdasarkan kebutuhan yang mendesak.

#### **4.4.2 Deskripsi Perilaku Konsumtif**

Data diperoleh dari penelitian disajikan dalam bentuk skor empirik dan skor hipotetik, kemudian peneliti menguraikan berdasarkan skor maximum, minimum,

mean dan standar deviasi. Berikut adalah uraian lengkap mengenai skor empirik dan skor hipotetik :

**Tabel 4.2 Rentang Skor Perilaku Konsumtif**

Dimensi	Skor yang dimungkinkan (Hipotetik)				Skor yang diperoleh (Empirik)			
	Xmin	Xmax	Mean	SD	Xmin	Xmax	Mean	SD
Perilaku Konsumtif	16	96	56	13.33333	47	95	76.08	10.31

Berdasarkan analisis deskriptif hipotetik diperoleh mean perilaku konsumtif yaitu 56, sedangkan pada hasil empirik diperoleh mean 76,08. Hal ini menunjukkan bahwa data yang diperoleh peneliti (data empirik) memiliki mean yang lebih tinggi dibandingkan dengan mean yang telah diasumsikan (data hipotetik). Berdasarkan data hipotetik tersebut dilakukan kategorisasi dengan 5 jenjang kategori yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah. Rumus kategorisasi dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut :

**Tabel 4.3 Rumus kategori**

Rumus	Kategorisasi
$X > M + 1,5 SD$	Sangat Tinggi
$M + 0,5 SD < X \leq M + 1,5 SD$	Tinggi
$M - 0,5 SD \leq X \leq M + 0,5 SD$	Sedang
$M - 1,5 SD \leq X \leq M - 0,5 SD$	Rendah
$X < M - 1,5 SD$	Sangat Rendah

Keterangan : M = Mean Empirik  
SD = Standar Deviasi

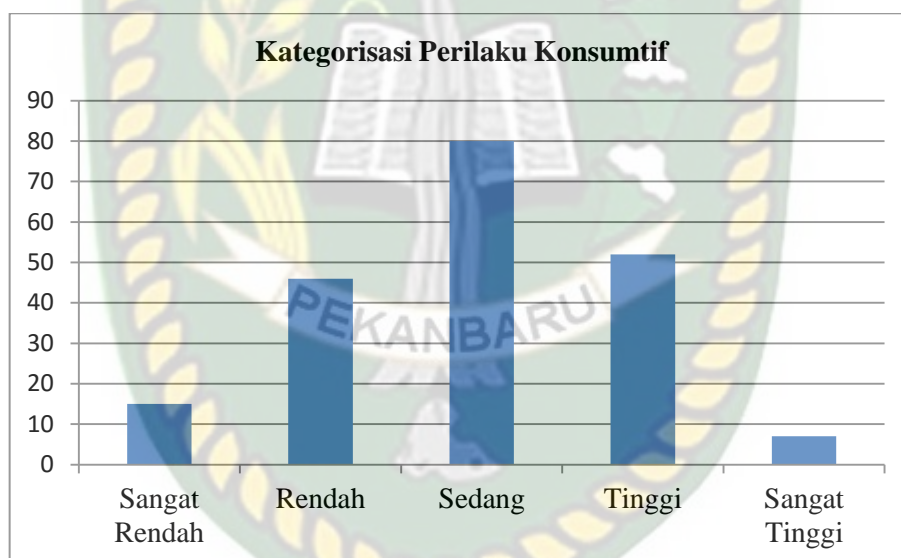
#### 4.4.3 Deskripsi Perilaku Konsumtif Pada Penelitian Secara Umum

Kategori penilaian skor perilaku konsumtif pada pengendara sepeda motor modifikasi di Kota Pekanbaru secara umum dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut :

**Tabel 4.4 Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif Secara Umum**

Kategori	Skor	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	$X > 93$	7	3,5
Tinggi	$82 < X < 92$	52	26
Sedang	$72 < X < 81$	80	40
Rendah	$62 < X < 71$	46	23
Sangat Rendah	$X < 61$	15	7,5

Berdasarkan skor yang didapat dari hasil analisis data diatas dan hasil kategorisasi maka penilaian jumlah sampel dengan 5 kategori seperti pada gambabar 4.1 berikut :



**Gambar 4.1**  
**Kategorisasi Perilaku Konsumtif Pelaku**  
**Modifikasi Sepeda Motor di Pekanbaru**

Pada grafik tersebut dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor lebih banyak berada pada kategori sedang, yaitu sebanyak 80 orang dengan persentase 40%. Hal ini berarti bahwa Pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru sudah memiliki sifat perilaku konsumtif yang dimana perilaku ini ditandai dengan membeli barang atau

aksesoris-aksesoris yang mahal dan trend dari berbagai jenis merek untuk menunjang penampilan sepeda motor mereka agar terlihat lebih keren dan elegan. Namun juga mempertimbangkan keadaan keuangan, kebutuhan, kegunaan, dan kualitas dari barang atau aksesoris-aksesoris yang dibeli.

#### 4.4.4 Analisis Perbedaan

##### a. Analisis Berdasarkan Demografi Usia

Analisis pertama pada penelitian ini yaitu membandingkan antara perilaku konsumtif yang ditinjau berdasarkan usia dan dibagi menjadi 4 kategori yaitu 18 tahun, 19 tahun, 20 tahun, dan 21 tahun. Pada analisis ini menggunakan Analisis Varians (ANOVA). Hasil analisis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.5 Analisis Varian (ANOVA)**

	<i>Sum of Squares</i>	<i>Df</i>	<i>Mean Square</i>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<i>Between Groups</i>	299.802	3	99.934	.939	.423
<i>Within Groups</i>	20854.918	197	106.403		
Total	21154.720	200			

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,423 yang berarti bahwa hasil analisis varians pada perilaku konsumtif berdasarkan usia menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan diantara usia, maka dapat disimpulkan perilaku konsumtif sudah ada pada remaja. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif sudah menjadi kebiasaan di kalangan remaja.

### b. Analisis Berdasarkan Demografi Total Biaya Modifikasi

Analisis kedua pada penelitian ini yaitu membandingkan antara perilaku konsumtif yang ditinjau berdasarkan total biaya modifikasi dan dibagi menjadi 4 kategori yaitu < Rp. 1.500.000 , Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000, Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000, dan > Rp. 5.000.000. Pada analisis ini menggunakan Analisis Varians (ANOVA). Hasil analisis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6 Analisis Varians (ANOVA)**

	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<i>Between Groups</i>	4423.473	3	1474.491	17.273	.000
<i>Within Groups</i>	16731.247	197	85.364		
<b>Total</b>	<b>21154.720</b>	<b>200</b>			

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti bahwa hasil analisis varians pada perilaku konsumtif berdasarkan total biaya modifikasi menunjukkan ada perbedaan yang signifikan diantara total biaya modifikasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyaknya biaya yang dikeluarkan dapat membentuk perilaku konsumtif. Sejalan dengan hasil diatas Lina & Rosyid (1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif membutuhkan uang yang lebih untuk memenuhi keinginan, membeli barang melebihi kebutuhan yang rasional, karena pembelian tidak berdasarkan kebutuhan lagi tetapi berdasarkan keinginan yang berlebih. Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) mengatakan walaupun menghabiskan uang saku mereka, mereka melakukan itu karena untuk menjaga gengsi mereka, mereka ingin terlihat gaul, keren, kekinian, dan untuk memiliki status sosial yang tinggi.

**c. Analisis Berdasarkan Demografi Total Memodifikasi Sepeda Motor Dalam 1 Tahun Terakhir**

Analisis ketiga pada penelitian ini yaitu membandingkan antara perilaku konsumtif yang ditinjau berdasarkan total biaya modifikasi dan dibagi menjadi 3 kategori yaitu < 3 kali, 3 – 6 kali, dan > 6 kali. Pada analisis ini menggunakan Analisis Varians (ANOVA). Hasil analisis dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.7 Analisis Varians (ANOVA)**

	<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<b>F</b>	<b>Sig.</b>
<i>Between Groups</i>	4236.915	2	2118.457	24.668	.000
<i>Within Groups</i>	16917.805	198	85.877		
Total	21154.720	200			

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti bahwa hasil analisis varians pada perilaku konsumtif berdasarkan total biaya modifikasi menunjukkan ada perbedaan yang signifikan diantara total memodifikasi sepeda motor dalam 1 tahun terakhir. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin sering mereka memodifikasi mengganti barang dan aksesoris untuk menunjang penampilan sepeda motor mereka, maka semakin tinggi pulalah perilaku konsumtif mereka. Pelaku modifikasi sepeda motor memodifikasi atau mengganti barang aksesoris yang sedang trend, mahal, bentuknya unik dan dari merek yang terkenal. Mereka memodifikasi sepeda motor mereka sesuai dengan standar yang berlaku di lingkungan sosialnya, agar dapat diterima oleh teman sebaya atau kelompok di lingkungannya. hal ini yang membuat pelaku modifikasi sepeda motor memiliki gaya hidup yang konsumtif.

Hasil analisis ini sejalan dengan hasil penelitian Samuel (2006) yang mengatakan kebanyakan remaja membeli barang bukan saja untuk memenuhi kebutuhan, akan tetapi lebih pada mengedepankan gaya hidup. Dan didukung oleh pendapat Kotler & Keller (2008) yang mengatakan perilaku konsumtif orang berubah seiring dengan adanya perubahan budaya, gaya hidup, kelas sosial dan konsep diri.

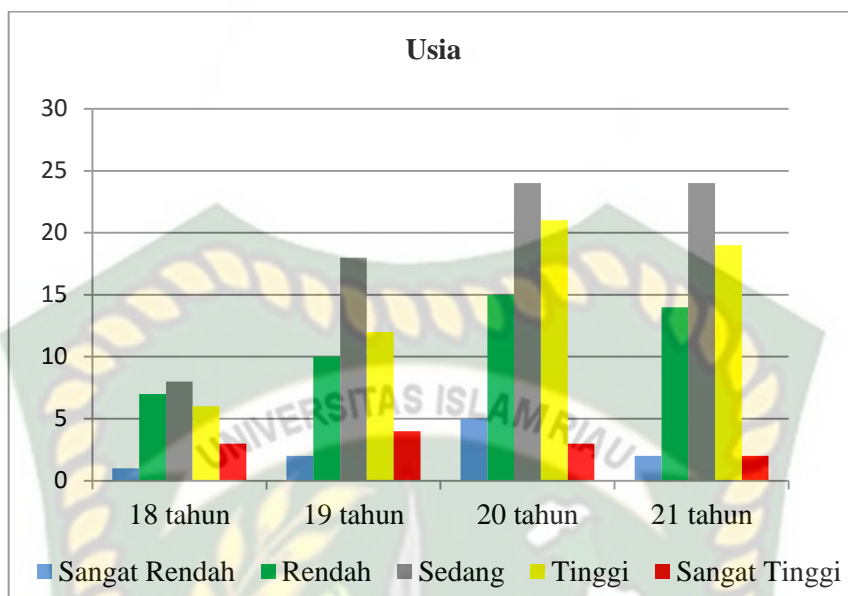
Sejalan dengan hasil penelitian Philip (2019) mengatakan bahwa trend juga memiliki andil yang cukup besar dalam membuat orang untuk memutuskan untuk membeli barang, ditandai dengan adanya keterkaitan orang atas desain ,variasi produk, rasa ingin menjaga penampilan dari rasa gengsi di kehidupan sosialnya. Juga sejalan dengan penelitian Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny & Harlina (2017) yang mengatakan keinginan yang kuat untuk meningkatkan kepercayaan diri dan ingin diterima oleh kelompok membuat remaja membeli barang secara tidak wajar.

#### 4.4.5 Kategorisasi Rentang Skor Berdasarkan Demografi

**Tabel 4.8 Rentang Nilai dan Kategorisasi Skor Berdasarkan Usia**

kategori	18 tahun		19 tahun		20 tahun		21 tahun	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	persentase
Sangat Tinggi	3	12	4	8,7	3	4,4	2	3,3
Tinggi	6	24	12	26,1	21	30,9	19	31,1
Sedang	8	32	18	39,1	24	35,3	24	39,3
Rendah	7	28	10	21,7	15	22,1	14	23
Sangat Rendah	1	4	2	4,3	5	7,4	2	3,3

Berdasarkan skor yang didapat dari hasil analisis data dan hasil kategorisasi maka penilaian jumlah sampel dengan 5 kategori seperti pada garifk dibawah :



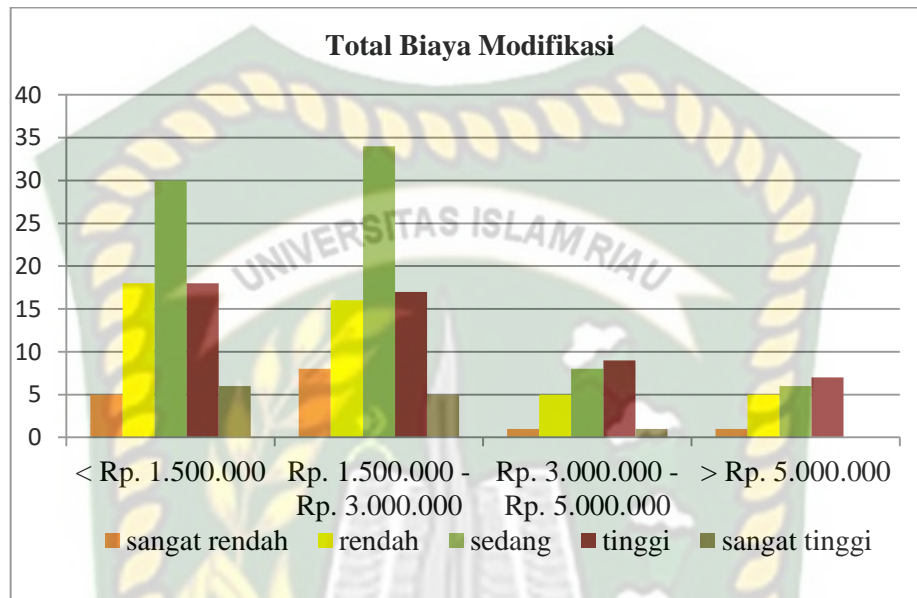
**Gambar 4.2**  
Kategorisasi Skor Berdasarkan Usia

Pada grafik tersebut dapat dilihat bahwa masing-masing rentang usia 18, 19, 20, 21 tahun mayoritas berada pada kategori sedang dengan persentase 32%, 39,1%, 35% dan 39,3%. Artinya pelaku modifikasi sepeda motor yang berusia 18, 19, 20 dan 21 tahun sudah memiliki perilaku konsumtif, akan tetapi tidak tinggi dan tidak pula rendah. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif sudah menjadi kebiasaan di kalangan remaja.

**Tabel 4.9 Rentang Nilai Dan Kategorisasi Skor Berdasarkan Total Biaya Modifikasi**

Kategori	< Rp. 1.5000.000		Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000		Rp. 3.000.000 – Rp. 5.000.000		> Rp.5.000.000	
	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	Persentase	Jumlah	persentase
Sangat Tinggi	6	7,8	5	6,3	1	4,2	0	0
Tinggi	18	23,4	17	21,3	9	37,	7	36,8
Sedang	30	39	34	42,5	8	33,3	6	31,6
Rendah	18	23,4	16	20	5	20,8	5	26,3
Sangat Rendah	5	6,5	8	10	1	4,2	1	5,3

Berdasarkan skor yang didapat dari hasil analisis data dan hasil kategorisasi maka penilaian jumlah sampel dengan 5 kategori seperti pada garifk dibawah :



**Gambar 4.3**  
**Kategorisasi Skor Berdasarkan Total Biaya Modifikasi**

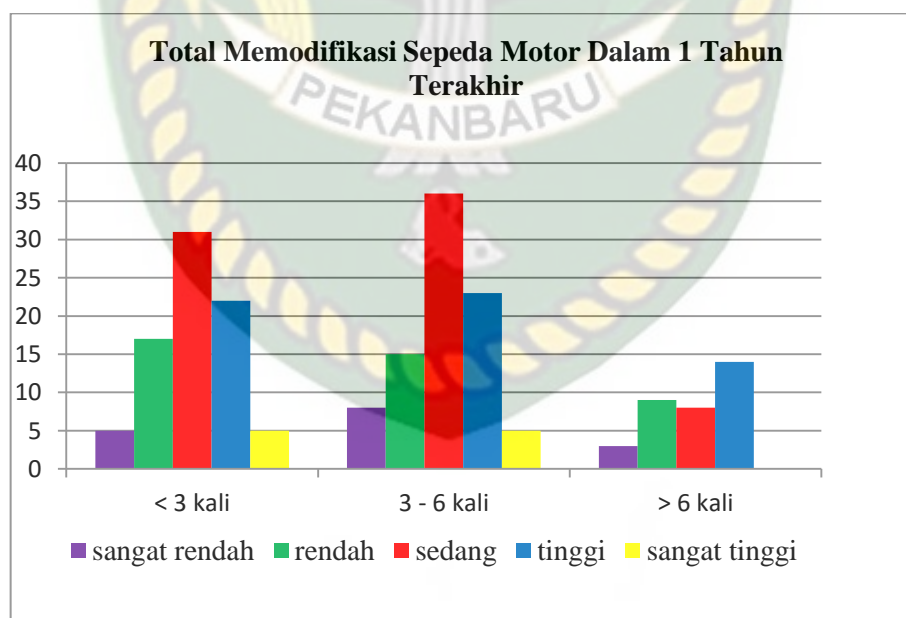
Pada grafik tersebut dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif pada total biaya untuk modifikasi pada rentang < Rp.1.500.000 dan Rp. 1.500.000 – Rp. 3.000.000 jumlah sampel rata-rata berada pada ketegori sedang dengan persentase 39% dan 42,5%. Sedangkan pada total biaya untuk modifikasi pada rentang Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000 dan > Rp.5.000.000 jumlah sampel rata-rata berada pada ketegori tinggi dengan persentase 37% dan 36,8%. Hal tersebut menunjukkan bahwa banyaknya biaya yang dikeluarkan dapat membentuk perilaku konsumtif. Sejalan dengan hasil diatas Lina & Rosyid (1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif membutuhkan uang yang lebih untuk memenuhi keinginan, membeli barang melebihi kebutuhan yang rasional, karena pembelian tidak berdasarkan kebutuhan lagi tetapi berdasarkan keinginan yang

berlebih. Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) mengatakan walaupun menghabiskan uang saku mereka, mereka melakukan itu karena untuk menjaga gengsi mereka, mereka ingin terlihat gaul, keren, kekinian, dan untuk memiliki status sosial yang tinggi.

**Tabel 4.10 Rentang Nilai dan Kategorisasi Skor Berdasarkan Total Memodifikasi Sepeda Motor Dalam 1 Tahun Terakhir**

Kategori	< 3 kali		3 – 6 kali		> 6 kali	
	Jumlah	persentase	Jumlah	Persesntase	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	5	6,3	5	5,7	0	0
Tinggi	22	21,3	23	26,4	14	42,4
Sedang	31	38,8	36	41,4	8	24,2
Rendah	17	21,3	15	17,2	9	27,3
Sangat Rendah	5	6,3	8	9,2	2	6,1

Berdasarkan skor yang didapat dari hasil analisis data dan hasil kategorisasi maka penilaian jumlah sampel dengan 5 kategori seperti pada garifk dibawah :



**Gambar 4.4**  
**Kategorisasi Skor Berdasarkan Total Memodifikasi Sepeda Motor Dalam 1 Tahun Terakhir**

Pada grafik tersebut dapat dilihat bahwa perilaku konsumtif pada total memodifikasi sepeda motor dalam 1 tahun terakhir pada rentang < 3 kali dan 3 –

6 kali jumlah sampel rata-rata berada pada kategori sedang dengan persentase 38,8% dan 41,4%. Sedangkan pada total memodifikasi sepeda motor dalam 1 tahun terakhir pada rentang > 6 kali jumlah sampel rata-rata berada pada kategori tinggi dengan persentase 42,4%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin sering mereka memodifikasi mengganti barang dan aksesoris untuk menunjang penampilan sepeda motor mereka, maka semakin tinggi pulalah perilaku konsumtif mereka. Pelaku modifikasi sepeda motor memodifikasi atau mengganti barang aksesoris yang sedang trend, mahal, bentuknya unik dan dari merek yang terkenal. Mereka memodifikasi sepeda motor mereka sesuai dengan standar yang berlaku di lingkungan sosialnya, agar dapat diterima oleh teman sebaya atau kelompok di lingkungannya. hal ini yang membuat pelaku modifikasi sepeda motor memiliki gaya hidup yang konsumtif.

Hasil analisis ini sejalan dengan hasil penelitian Samuel (2006) yang mengatakan kebanyakan remaja membeli barang bukan saja untuk memenuhi kebutuhan, akan tetapi lebih pada mengedepankan gaya hidup. Dan didukung oleh pendapat Kotler & Keller (2008) yang mengatakan perilaku konsumtif orang berubah seiring dengan adanya perubahan budaya, gaya hidup, kelas sosial dan konsep diri.

Sejalan dengan hasil penelitian Philip (2019) mengatakan bahwa trend juga memiliki andil yang cukup besar dalam membuat orang untuk memutuskan untuk membeli barang, ditandai dengan adanya keterkaitan orang atas desain ,variasi produk, rasa ingin menjaga penampilan dari rasa gengsi di kehidupan sosialnya. Juga sejalan dengan penelitian Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny & Harlina

(2017) yang mengatakan keinginan yang kuat untuk meningkatkan kepercayaan diri dan ingin diterima oleh kelompok membuat remaja membeli barang secara tidak wajar.

#### **4.5 Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada 200 subjek diperoleh nilai rata-rata perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru adalah 40% berada dikategori sedang. Hal ini berarti bahwa Pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru sudah memiliki sifat perilaku konsumtif yang dimana perilaku ini ditandai dengan membeli barang atau aksesoris-aksesoris yang mahal dan trend dari berbagai jenis merek untuk menunjang penampilan sepeda motor mereka agar terlihat lebih keren dan elegan. Namun juga mempertimbangkan keadaan keuangan, kebutuhan, kegunaan, dan kualitas dari barang atau aksesoris-aksesoris yang dibeli.

Berdasarkan analisis demografi berdasarkan usia diketahui bahwa jumlah sampel paling banyak berada pada usia 20 tahun sebanyak 68 responden dengan persentase 34%, hal ini menunjukkan bahwa subjek yang melakukan modifikasi sepeda motor kebanyakan pada usia 20 tahun. Hasil ini didukung berdasarkan temuan peneliti lapangan, dimana pelaku modifikasi sepeda motor kebanyakan kalangan muda khususnya remaja laki-laki. Diperkuat oleh hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif sudah menjadi kebiasaan di kalangan remaja dan alasan utama perilaku konsumtif mereka terjadi karena untuk menjaga gengsi mereka.

Berdasarkan analisis demografi berdasarkan total biaya modifikasi diketahui bahwa jumlah biaya yang dikeluarkan untuk modifikasi paling banyak sekitar Rp. 1.500.000 – Rp.3.000.000 sebanyak 80 responden dengan persentase 40%, hal ini menunjukkan bahwa subjek mengeluarkan banyak uang demi memodifikasi sepeda motor mereka. Hasil penelitian ini juga didukung oleh fakta lapangan yang peneliti temukan dimana pelaku modifikasi sepeda motor menghabiskan uang ratusan hingga jutaan rupiah demi menunjang penampilan sepeda motor mereka. Juga didukung oleh hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) mengatakan walaupun menghabiskan uang saku mereka, mereka melakukan itu karena untuk menjaga gengsi mereka, mereka ingin terlihat gaul, keren, kekinian, dan untuk memiliki status sosial yang tinggi.

Berdasarkan analisis demografi berdasarkan total memodifikasi sepeda motor dalam 1 tahun terakhir sekitar 3 – 6 kali sebanyak 87 responden dengan persentase 43,5%, ini menunjukkan bahwa dalam kurun1 tahun terakhir subjek melakukan modifikasi sepeda motor 3 – 6 kali. Hasil penelitian ini juga didukung oleh fakta lapangan yang peneliti temukan dimana pelaku modifikasi sepeda motor membeli dan mengganti barang atau aksesoris berkali-kali dengan jenis barang yang sama tetapi dengan model atau merek yang berbeda. Hal ini juga didukung oleh hasil penelitian Lina & Rosyid (1997) menjelaskan bahwa pembelian tidak berdasarkan kebutuhan lagi tetapi berdasarkan keinginan yang berlebih. Juga sesuai dengan pendapat Susanti, Matsun & Purwaningsih (2016) mengatakan bahwa membeli barang hanya berdasarkan aspek keinginan bukan berdasarkan kebutuhan yang mendesak.

Hasil analisis deskriptif ditinjau berdasarkan demografi yang dilakukan dengan menggunakan analisis varians (ANOVA) ditemukan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan berdasarkan usia, namun terdapat perbedaan yang signifikan pada total biaya modifikasi dan total memodifikasi sepeda motor dalam 1 tahun terakhir.

Berdasarkan penjelasan diatas, pada analisis demografi usia tidak ada perbedaan yang signifikan antara perilaku konsumtif yang ditinjau berdasarkan usia. Juga didukung dengan hasil kategorisasi dimana mayoritas subjek berada pada kategori sedang, yang berarti bahwa remaja akhir pelaku modifikasi sepeda motor sudah memiliki perilaku konsumtif namun, tidak tinggi dan juga tidak rendah. Hasil penelitian ini didukung oleh hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif sudah menjadi kebiasaan di kalangan remaja.

Pembentukan perilaku konsumtif tidak terlepas dari total biaya yang dikeluarkan oleh pelaku modifikasi untuk memodifikasi sepeda motornya. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggambarkan bahwa perilaku konsumtif terbentuk pada total pengeluaran biaya modifikasi pada rentang Rp.3.000.000 – Rp.5.000.000 dan > Rp.5.000.000 berada dalam kategori tinggi dengan persentase 37% dan 36,8% dan dengan nilai signifikansi 0,000 ( $P < 0,005$ ). Hal tersebut menunjukkan bahwa banyaknya biaya yang dikeluarkan dapat membentuk perilaku konsumtif.

Sejalan dengan hasil diatas Lina & Rosyid (1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif membutuhkan uang yang lebih untuk memenuhi keinginan,

membeli barang melebihi kebutuhan yang rasional, karena pembelian tidak berdasarkan kebutuhan lagi tetapi berdasarkan keinginan yang berlebih. Hal ini juga didukung dengan hasil penelitian Adiningtyas, Sunaryanto, & Nopianti (2018) mengatakan walaupun menghabiskan uang saku mereka, mereka melakukan itu karena untuk menjaga gengsi mereka, mereka ingin terlihat gaul, keren, kekinian, dan untuk memiliki status sosial yang tinggi.

Pembentukan perilaku konsumtif juga tidak terlepas dari total memodifikasi sepeda motor yang pelaku modifikasi lakukan dalam 1 tahun terakhir. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menggambarkan bahwa perilaku konsumtif terbentuk pada total memodifikasi atau mengganti barang aksesoris sepeda motor pada rentang lebih dari 6 kali. berada dalam kategori tinggi dengan persentase 42,4% dan dengan nilai signifikansi 0,000 ( $P < 0,005$ ). Hal ini dapat disimpulkan bahwa semakin sering mereka memodifikasi mengganti barang dan aksesoris untuk menunjang penampilan sepeda motor mereka, maka semakin tinggi pulalah perilaku konsumtif mereka. Pelaku modifikasi sepeda motor memodifikasi atau mengganti barang aksesoris yang sedang trend, mahal, bentuknya unik dan dari merek yang terkenal. Mereka memodifikasi sepeda motor mereka sesuai dengan standar yang berlaku di lingkungan sosialnya, agar dapat diterima oleh teman sebaya atau kelompok di lingkungannya. hal ini yang membuat pelaku modifikasi sepeda motor memiliki gaya hidup yang konsumtif.

Hasil analisis ini sejalan dengan hasil penelitian Samuel (2006) yang mengatakan kebanyakan remaja membeli barang bukan saja untuk memenuhi kebutuhan, akan tetapi lebih pada mengedepankan gaya hidup. Dan didukung oleh

pendapat Kotler & Keller (2008) yang mengatakan perilaku konsumtif orang berubah seiring dengan adanya perubahan budaya, gaya hidup, kelas sosial dan konsep diri.

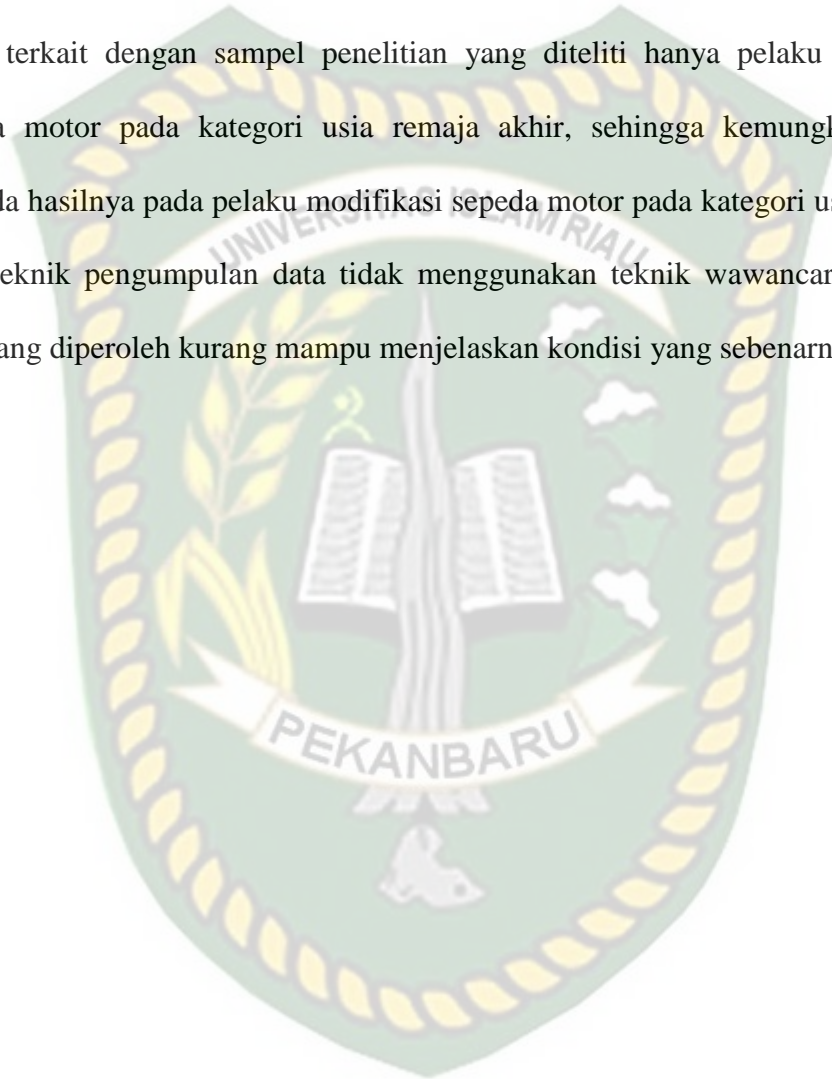
Sejalan dengan hasil penelitian Philip (2019) mengatakan bahwa trend juga memiliki andil yang cukup besar dalam membuat orang untuk memutuskan untuk membeli barang, ditandai dengan adanya keterkaitan orang atas desain ,variasi produk, rasa ingin menjaga penampilan dari rasa gengsi di kehidupan sosialnya. Juga sejalan dengan penelitian Lestarina, Karimah, Febrianti, Ranny & Harlina (2017) yang mengatakan keinginan yang kuat untuk meningkatkan kepercayaan diri dan ingin diterima oleh kelompok membuat remaja membeli barang secara tidak wajar.

Berdasarkan dari penjelasan-penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor sudah ada pada usia remaja akhir namun tidak tinggi dan tidak pula rendah. Banyaknya jumlah uang yang di keluarkan dan banyaknya mereka memodifikasi atau mengganti barang dan aksesoris sepeda motor akan berdampak pada tingginya perilaku konsumtif.

Implikasi dalam penelitian ini adalah jumlah biaya yang dikeluarkan dan memodifikasi atau mengganti barang dan aksesoris sepeda motor dapat berdampak pada perilaku konsumtif, dimana hal ini dapat mengakibatkan pemborosan. Penelitian ini digunakan sebagai masukan bagi pelaku modifikasi sepeda motor, berdasarkan hasil dari penelitian diatas diharapkan agar pelaku modifikasi dapat menahan diri dalam mengeluarkan uang dan belajar

memanajemen keuangan atau pengeluaran agar tidak terjadinya membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan atau pemborosan.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, yakni terkait dengan sampel penelitian yang diteliti hanya pelaku modifikasi sepeda motor pada kategori usia remaja akhir, sehingga kemungkinan akan berbeda hasilnya pada pelaku modifikasi sepeda motor pada kategori usia dewasa. Juga teknik pengumpulan data tidak menggunakan teknik wawancara sehingga data yang diperoleh kurang mampu menjelaskan kondisi yang sebenarnya.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian disimpulkan bahwa perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor di Kota Pekanbaru mayoritas berada pada kategori sedang. Hasil uji perbedaan menunjukkan bahwa bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan pada demografi usia namun ada perbedaan yang signifikan pada demografi total biaya modifikasi dan total memodifikasi sepeda motor dalam 1 tahun terakhir.

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil temuan dari penelitian ini, maka ada beberapa hal yang perlu disarankan oleh peneliti

1. Bagi pelaku modifikasi sepeda motor

Berdasarkan hasil penelitian, pelaku modifikasi sepeda motor belajar dalam manajemen keuangan atau pengeluarannya agar tidak terjadinya membeli barang yang tidak diperlukan atau pemborosan saat membeli barang.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Pada penelitian perilaku konsumtif pada pelaku modifikasi sepeda motor masih sangat baru dan hanya menggunakan metode analisis deskriptif, maka disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat melakukan penelitian yang serupa dengan metode yang berbeda. Seperti penelitian kualitatif maupun kuantitatif dengan sampel pelaku modifikasi sepeda motor. Serta

menambahkan jenis motor yang digunakan dan aliran modifikasi pada data diri skala untuk menambah keberagaman data.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiningtyas, R. A., Sunaryanto, H., & Nopianti, H. (2018). Perilaku Konsumtif Pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA). *Jurnal Sosiologi Nusantara*. 4 (1), 1-9
- Ast/rah. (2018). Alasan Generasi Milenial Lebih Konsumtif. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20180418215055-282-291845/alasan-generasi-milenial-lebih-konsumtif>, diakses pada 7 Februari 2020 pukul 20.30
- Azwar, S. (2010). Validitas dan Reliabilitas. Yogyakarta : Pustaka Pelajar Offset
- Azwar, S. (2012). Penyusunan Skala Psikologi (2 ed). Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2015). Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Bugin, B (2011). Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta : Kencana
- KBBI *online*, (2020). Kamus Besar Bahasa Indonesia
- Kotler, P. (1995). Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kegunaan, Edisi Bahasa Indonesia, Jakarta : Salemba 4.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2008). Manajemen pemasaran. Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Lestarina, E., Karimah, H., Ferbrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). Perilaku konsumtif dikalangan Remaja. *Jurnal riset tindakan indonesia*. 2 (2), 1–6
- Lina & Rosyid, H.F. (1997). Perilaku Konsumtif berdasarkan Locus of Control Psikologi. *Jurnal psikologika*, 1 (4), 5-13.
- Maulana, R. (2013). Remaja dan Perilaku Konsumtif. <https://www.kompasiana.com/maulanaridone/552a70ce6ea834ad6c552d01/remaja-dan-perilaku-konsumtif>, diakses pada 7 Februari 2020 pukul 20.30
- Monks F. J., Knoers, A. M. P., & Hadinoto, S. R. (2014). Psikologi Perkembangan : Pengantar dalam Berbagai Bangiannya. Yogyakarta: Gadjah Mada University press
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2002). Perilaku konsumen edisi kelima (jilid 1). Jakarta : Erlangga

Philip (2019) Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Perilaku Konsumtif Sebagai Variabel *Intervening* Pada Pembelian *Sneakers Branded* Oleh Generasi Z Di Surabaya, *AGORA*, 7 (2), 1-6.

Semuel,H. (2006). Dampak Respon Emosi terhadap Kecenderungan Perilaku Pembelian Implusif Konsumen *Online* dengan Sumberdaya yang dikeluarkan dan Orientasi Belanja sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. 8 (2), 101 – 115.

Siregar, S. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS. Jakarta : Prenadamedia Group.

Sugiyono. (2016). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D, Bandung : PT Alfabet

Susanti, matsum, & Purwaningsih. (2016). Pengaruh Pergaulan Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak