

**HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU  
KONSUMTIF PADA REMAJA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Strata  
Satu (S1) Pada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau**



**Oleh :**

**NADA DWI ARINDA**

**178110159**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
PROGRAM STUDI ILMU PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2021**

**LEMBAR PENGESAHAN  
HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA.**

**NADA DWI ARINDA**  
**178110159**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji Pada Tanggal  
**04 Agustus 2021**

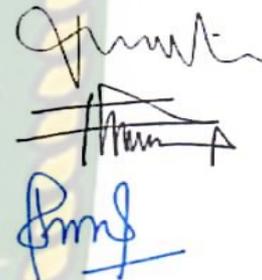
**DEWAN PENGUJI**

Yanwar Arief, S.Psi., M.Psi., Psikolog

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

Irfani Rizal, S.Psi., M.Psi

**TANDA TANGAN**

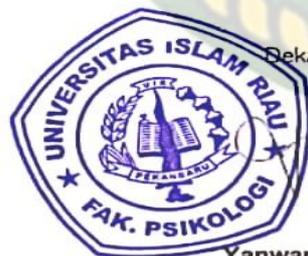


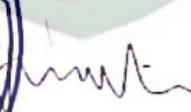
**Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh  
gelar Sarjana Psikologi**

Pekanbaru, 27 Agustus 2021

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi



  
**Yanwar Arief, M.Psi Psikolog**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nada Dwi Arinda

NPM : 178110159

Judul Skripsi : Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif  
Pada Remaja.

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

Pekanbaru, 04 Agustus 2021

Yang menyatakan,

Nada Dwi Arinda

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

**“When you have trials and feel tired, never give up, remember God is always with us.”**

Atas izin Allah SWT dengan penuh rasa syukur saya persembahkan karya ini untuk orang-orang yang berharga dalam hidup saya, yaitu kedua orang tua saya :

**Ayahanda Erpiontoni dan Ibunda Emrina Rosda**

Atas doa-doa dan segala kasih sayang serta pengorbanan yang tak terhingga.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

*Alhamdulillah* *rabbil'alamin*. Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir kuliah yaitu skripsi dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing umatNya dari alam kegelapan menuju kealam terang benderan, serta yang telah mengubah zaman jahiliah ke zaman yang penuh ilmu dan juga teknologi yang sangat maju seperti saat ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan serta penyusunan skripsi ini yang berjudul **Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja**.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini ialah untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Strata Satu (S1) pada fakultas psikologi universitas islam riau. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyelesaian skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dari berbagai pihak untuk perbaikan skripsi ini. Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari berbagai dorongan, bimbingan, dan bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulisan mengucapkan rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. Teristimewa untuk Ayahanda Erpiontoni dan Ibunda Emrina Rosda yang telah mencurahkan kasih sayang, cinta, dan pengorbanannya, serta selalu

- mendoakan, memberi semangat dan support kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, SH., MCI selaku Rektor Universitas Islam Riau.
  3. Bapak Yanwar Arief, M.Psi., Psikolog selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau sekaligus dosen pembimbing skripsi yang selalu meluangkan waktu, memberikan saran, dan menyemangati penulis dalam proses penyelesaian skripsi.
  4. Bapak Dr. Fikri, S.Psi., M.Si, selaku wakil dekan I Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau sekaligus dosen penguji I saya.
  5. Ibu Lisfarika Napitupulu, M. Psi., Psikolog, selaku wakil dekan II Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
  6. Ibu Yulia Herawati, S.Psi., MA selaku wakil dekan III Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
  7. Ibu Juliarni Siregar, M.Psi., Psikolog selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
  8. Bapak Didik Widianoro, M.Psi., Psikolog selaku Sekretaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
  9. Ibu Irfani Rizal, M.Psi selaku dosen penguji II saya.
  10. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau yang telah menyalurkan ilmunya sehingga memperluas pengetahuan peneliti dan memperlancar pengerjaan skripsi ini.

11. Karyawan/wati bagian akademik dan umum Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau yang telah membantu dalam pengurusan surat-surat kelengkapan kuliah.
12. Kepala perpustakaan beserta pegawainya yang telah memberikan kemudahan kepada penulis untuk mendapatkan bahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Untuk seluruh guru MAN 1 Taluk Kuantan yang telah membantu memudahkan jalannya penelitian.
14. Untuk keluarga saya kakak, abang, dan adik-adik yang selalu memberikan support dan keceriaan kepada penulis agar tetap semangat dalam mengerjakan skripsi ini.
15. Teman-teman terbaik selama saya kuliah Fatin Fazira, Oci Aprilia, Riko Ali Maryono, Doni Eka Putra yang selalu membantu, menyemangati dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
16. Untuk Fuji Elda Pramelia dan Erizka Herniawati Albar teman yang sudah membantu dan menemani saya dalam mengerjakan skripsi selama saya kos. Wira, Danang, Najib, Fauzi selaku teman diluar kampus saya atas semangat dan canda tawanya.
17. Teman-teman seperbimbingan yang telah saling memberikan informasi dan memberikan semangat.
18. Teman-teman dan adik-adik yang telah membantu menyebarkan angket dan mengisi angket yang namanya tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas partisipasinya.

19. Seluruh pihak yang secara tidak langsung turut serta memperlancar penulisan skripsi ini, baik yang penulis sebutkan maupun pihak-pihak yang tidak disebutkan satu persatu, penulis ucapkan terimakasih yang tak terhingga. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan yang diberikan kepada penulis dengan pahala yang berlibat ganda, Aamiin.

Harapan penulis, semoga karya ini dapat memberikan sumbangan dan manfaat bagi perkembangan ilmu psikologi, khususnya psikologi sosial. Segala kritik dan saran yang diberikan untuk skripsi ini akan penulis terima dengan keikhlasan hati.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.*

Pekanbaru, 04 Agustus 2021

Penulis,

Nada Dwi Arinda

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xii</b>
<b>1. PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	7
<b>2. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Perilaku Konsumtif .....	9
2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif.....	9
2.1.2 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.3 Faktor-faktor Perilaku Konsumtif.....	14
2.2 Kepercayaan Diri	
2.2.1 Pengertian Kepercayaan Diri .....	16
2.2.2 Aspek-aspek Kepercayaan diri.....	19
2.2.3 Faktor-faktor Kepercayaan diri .....	20
2.3 Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif .....	22
2.4 Hipotesis.....	24
<b>3. METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Desain Penelitian.....	25
3.2 Identifikasi Variabel Penelitian.....	25
3.3 Definisi Operasional.....	27
3.3.1 Perilaku Konsumtif .....	27

3.3.2 Kepercayaan Diri .....	27
3.4 Subjek Populasi.....	27
3.4.1 Populasi Penelitian .....	27
3.4.2 Sampel Penelitian .....	28
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	29
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
3.6.1 Uji Validitas.....	36
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
<b>4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Orientasi Penelitian .....	40
4.2 Pelaksanaan Penelitian .....	40
4.3 Deskripsi Data.....	41
4.3.1 Deskripsi Subjek Penelitian.....	41
4.3.2 Deskripsi Data Penelitian .....	42
4.4 Hasil Analisis Data.....	45
4.4.1 Uji Normalitas Sebaran Data.....	45
4.4.2 Uji Linearitas .....	46
4.4.3 Uji Hipotesis .....	47
4.5 Pembahasan.....	47
<b>5. PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	52
5.2 Saran.....	52
5.2.1 Saran Bagi Remaja .....	52
5.2.2 Saran Bagi Guru .....	53
5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	53
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 3.1</b> Blue Print Kepercayaan Diri Sebelum Try Out.....	32
<b>Tabel 3.2</b> Blue Print Kepercayaan Diri Setelah Try Out.....	33
<b>Tabel 3.3</b> Blue Print Perilaku Konsumtif Sebelum Try Out .....	34
<b>Tabel 3.4</b> Blue Print Perilaku Konsumtif Setelah Try Out.....	36
<b>Tabel 3.5</b> Hasil Uji Reliabilitas Seluruh Skaka .....	38
<b>Tabel 4.1</b> Data Demografi .....	41
<b>Tabel 4.2</b> Deskripsi Data Penelitian .....	42
<b>Tabel 4.3</b> Rumus Kategorisasi.....	43
<b>Tabel 4.4</b> Rentang Nilai Subjek Skala Kepercayaan Diri .....	43
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Nilai Subjek Skala Perilaku Konsumtif .....	44
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Asumsi Normalitas .....	45
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Linearitas .....	46
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Hipotesis .....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN I</b> Skala Uji Coba.....	59
<b>LAMPIRAN II</b> Hasil Analisis Uji Coba.....	68
<b>LAMPIRAN III</b> Skala Penelitian .....	75
<b>LAMPIRAN IV</b> Hasil Penelitian.....	81
<b>LAMPIRAN V</b> Surat Izin Skala .....	88
<b>LAMPIRAN VI</b> Surat Izin Penelitian.....	91
<b>LAMPIRAN VII</b> Dokumentasi .....	93

# HUBUNGAN ANTARA KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA

**Nada Dwi Arinda**

**178110159**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

## **ABSTRAK**

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepercayaan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif korelasional. Variabel yang terdapat dalam penelitian ini adalah kepercayaan diri sebagai variabel independen dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen. Penelitian ini dilakukan pada siswa-siswi kelas 1 dan 2 MAN 1 Taluk Kuantan dengan jumlah sampel 100 siswa-siswi yang diambil dengan menggunakan teknik *random sampling*. Instrument pengumpulan data menggunakan dua skala psikologi model likert, yaitu skala kepercayaan diri berjumlah 28 aitem dan skala perilaku konsumtif berjumlah 38 aitem. Data dianalisis dengan menggunakan korelasi *Pearson Product moment*, dimana hasilnya menggunakan nilai koefisien korelasi sebesar  $-0,394$  dengan signifikansi  $0,000$ . Dari hasil tersebut dapat disimpulkan adanya hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini berarti semakin tinggi kepercayaan diri individu maka semakin rendah perilaku konsumtifnya, dan begitu juga sebaliknya, semakin rendah tingkat kepercayaan diri individu maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada siswa-siswi MAN 1 Taluk kuantan.

**Kata kunci : *Kepercayaan Diri, Perilaku Konsumtif, Remaja.***

**THE RELATIONSHIP OF CONFIDENCE WITH CONSUMPTION  
BEHAVIOR IN ADOLESCENTS**

**Nada Dwi Arinda**

**178110159**

**FACULTY OF PSYCHOLOGY  
RIAU ISLAMIC UNIVERSITY**

**ABSTRACT**

Consumptive behavior is the behavior of buying goods in excess without considering the needs. Factors that influence consumptive behavior is self-confidence. This study aims to determine the relationship between self-confidence and consumptive behavior in adolescents. The research method used in this research is correlational quantitative method. The variables contained in this study are self-confidence as the independent variable and consumptive behavior as the dependent variable. This research was conducted on students in grades 1 and 2 of MAN 1 Taluk Kuantan with a sample of 100 students taken by random sampling technique. The data collection instrument used two Likert model psychological scales, namely the self-confidence scale of 28 items and the consumptive behavior scale of 38 items. The data were analyzed using Pearson Product moment correlation, where the results used a correlation coefficient value of -0.394 with a significance of 0.000. From these results it can be said that there is a negative relationship between self-confidence and consumptive behavior. This means that the higher the individual's self-confidence, the lower the consumptive behavior, and vice versa, the lower the individual's self-confidence, the higher the consumptive behavior of MAN 1 Taluk Kuantan students.

**Keywords: Confidence, Consumptive Behavior, Adolescents.**

العلاقة بين الثقة بالنفس والسلوك الاستهلاكي لدى المراهقين

نادى دوي أريندا

١٧٨١١٠١٥٩

كلية علم النفس

الجامعة الإسلامية الرياوية

### الملخص

السلوك الاستهلاكي هو سلوك شراء السلع الزائدة دون مراعاة الحاجة. العوامل التي تؤثر على السلوك الاستهلاكي هي الثقة بالنفس. يهدف هذا البحث إلى تحديد العلاقة بين الثقة بالنفس والسلوك الاستهلاكي لدى المراهقين. طريقة البحث المستخدمة في هذا البحث هي المنهج الكمي الارتباطي. المتغيرات الواردة في هذا البحث هي الثقة بالنفس كمتغير مستقل والسلوك الاستهلاكي كمتغير تابع. تم إجراء هذا البحث على طلبة الصفين الأول والثاني من المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الواحدة تالوك كوانتان مع عينة من ١٠٠ طالب تم أخذهم باستخدام تقنية أخذ العينات العشوائية. استخدمت أداة جمع البيانات مقياسين نفسيين من طراز ليكرت، وهما مقياس الثقة بالنفس المكون من ٢٨ عنصرًا ومقياس السلوك الاستهلاكي المكون من ٣٨ عنصرًا. تم تحليل البيانات باستخدام الارتباط ضرب العزوم بيرسون، حيث استخدمت النتائج قيمة معامل الارتباط -٠,٣٩٤ مع دلالة ٠,٠٠٠,٠. من هذه النتائج يمكن استنتاج أن هناك علاقة سلبية بين الثقة بالنفس والسلوك الاستهلاكي. هذا يعني أنه كلما زادت ثقة الفرد بنفسه، انخفض السلوك الاستهلاكي، والعكس صحيح، كلما انخفضت ثقة الفرد بنفسه، ارتفع السلوك الاستهلاكي لطلبة المدرسة الثانوية الإسلامية الحكومية الواحدة تالوك كوانتان.

الكلمات الرئيسية: الثقة بالنفس، السلوك الاستهلاكي، المراهقون.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Arus globalisasi yang semakin berkembang pesat, dan teknologi yang semakin canggih, menyebabkan perkembangan informasi di era globalisasi ini semakin cepat pula perkembangannya. Saat ini dalam hitungan detikpun segala sesuatu sangat mudah diakses, termasuk pada dunia *fashion* yang sudah tersusun melalui media online dengan semenarik mungkin. Sama halnya dengan perkembangan teknologi yang semakin berkembang serta ilmu pengetahuan yang semakin meningkat pula. Setiap manusia tidak memiliki kebutuhan yang sama, kebutuhan mereka berbeda-beda dalam memenuhi kebutuhan mereka masing-masing. Individu tentunya melakukan konsumsi terhadap barang dan jasa, dikarenakan masyarakat terutama pada kalangan remaja yang masih bersekolah sering dihadapkan dengan promo-promo produk dan banyak iklan yang menarik perhatian remaja.

Masa remaja dapat diartikan sebagai masa peralihan, yang mana terjadi perubahan-perubahan sebagai persiapan memasuki masa dewasa pada remaja yang bersangkutan. Perubahan ini terjadi dalam aspek jasmaniah dan rohaniah ataupun dalam bidang fisik, emosional, sosial, dan personal, akibatnya dapat menyebabkan perubahan yang cepat pada tingkah laku remaja.

yang bersangkutan terhadap tantangan yang akan mereka hadapi (Santrock, 2002).

Masa remaja juga diartikan sebagai tahap kebangkitan kepribadian. Selama masa remaja, individu mulai dapat mengembangkan kehidupan keluarga ke masyarakat luas. Ketika remaja individu kebanyakan menilai dirinya dan membandingkan dengan orang sekitar, apakah mereka teman, saudara, ataupun artis idola. Remaja cenderung memiliki rasa ingin yang tinggi untuk dapat tampil semenarik mungkin, yang remaja lakukan dengan memakai busana serta aksesoris seperti pakaian/baju, tas, jam tangan, sepatu, dan apapun yang menunjang penampilan remaja lainnya.

Meluasnya bisnis *online shopping*, mall, dan toko-toko serba maju saat ini menjadi komoditas masyarakat terutama pada remaja. Seperti halnya dalam berpenampilan serta pemenuhan kebutuhan hidup sama halnya mengarah pada kondisi yang konsumeristik dan menimbulkan *trend* atau gaya hidup baru, karena eksistensi yang dianggap eksklusif seakan menjadi simbol kemajuan bagi masyarakat dan mampu mengalihkan wajah dunia.

Sumartono (2002) berpendapat bahwa remaja berkaitan dengan perilaku konsumtif, perilaku ini dapat dimaklumi karena usia mereka tergolong usia transisi untuk identifikasi diri. Menurut pandangan Servian (dalam Ermawati dan Indriyati, 2011), berpendapat bahwa sikap konsumen pada usia 15 sampai 18 tahun dapat dipahami sebagai keinginan untuk membeli produk yang tidak diperlukan. Hal ini sejalan dengan pandangan yang disampaikan oleh Boeang (dalam, Prawes dan Widyastu, 2008), bahwa

usia 15 sampai 18 tahun adalah masa dimana individu dipersiapkan untuk menghadapi masyarakat dunia luar.

Triyaningsih (2011), perilaku konsumtif mengacu pada sifat membeli dan mengonsumsi produk tidak didasarkan pada pertimbangan rasional tetapi dengan kecenderungan konsumen yang tidak terbatas, diantaranya seseorang lebih mengutamakan keinginan dibandingkan kebutuhan, dan dikenali sebagai kemewahan serta permintaan yang berlebihan. Memakai sesuatu yang paling menarik memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik seseorang.

Pendapat Tambunan (Raufaida & Rachmawati, 2008), pada umumnya perilaku konsumtif banyak terjadi pada remaja putri, mereka mudah dipengaruhi oleh rayuan staf penjualan, mereka memiliki perasaan tidak enak jika tidak membeli apapun setelah memasuki toko sehingga mereka sering tidak berpikir panjang untuk mengambil keputusan dalam membeli. Hal ini berkaitan dengan penjelasan pada (Marketing.co.id, 2013), bahwa wanita memiliki hubungan yang kuat dengan perkembangan *fashion* saat ini, produk yang menjadi target wanita antara lain baju, tas, dan sepatu. Produk tersebut telah menjadi bagian dari kehidupan wanita, bahkan bagi sebagian wanita membeli barang merupakan hobi untuk menjadi koleksinya.

Remaja seringkali bersifat boros untuk uangnya karena agar dapat membeli bermacam-macam keperluan yang didasarkan keinginan dari pada kebutuhannya (konsumtif), seperti membeli pakaian, sepatu, tas, komestik, *handphone* keluaran terbaru dan barang lainnya yang bermerek serta

mempunyai gengsi yang tinggi dapat diartikan menjadi kebutuhan pokok, sehingga dapat membuat remaja cenderung membelanjakan uang untuk membeli produk-produk tersebut (Maulana, 2013).

Remaja yang berperilaku konsumtif dapat dilihat dari remaja misalnya pemakaian *handphone* yang banyaknya menyediakan fasilitas semakin canggih yang dapat kita lihat seperti sekarang ini. Mereka pun berdahulu-dahuluan dalam menggunakan *handphone* dengan seri terbaru maupun tercanggih. Remaja juga banyak terlihat berperilaku konsumtif seperti pada *online shopping* dengan membeli barang-barang yang tidak menjadi keperluan utama, tetapi hanya mengikuti keinginannya saja, seperti membeli pakaian, tas, sepatu dan produk lainnya. Menurut Hatane Samuel (2006) berbelanja atau *shopping* bagi remaja bukan hanya saja agar terpenuhinya kebutuhan, tetapi telah menjadi gaya hidup.

Handayani (2004) menjelaskan penelitiannya pada remaja di SMU Widya Gama Malang mengenai konsumtif bahwa remaja membeli produk tidak sesuai kebutuhan dan kemampuan yang ia miliki. Alasan remaja tersebut yaitu jika tidak langsung membeli, mereka takut akan tidak mendapatkan sesuatu yang diinginkannya. Jika mereka tidak memiliki uang yang cukup, mereka cenderung meminjam uang untuk mencukupi sesuai dengan harga barang yang akan dibelinya.

Dunning (2007 : 237) dalam penelitiannya mengutarakan bahwa konsumen cenderung menunjang penampilannya agar tampil percaya diri dengan membeli dan memiliki sesuatu yang tidak sesuai dengan

kebutuhannya (konsumtif). Seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang tinggi, maka ia memiliki perilaku konsumtif yang rendah, begitupun sebaliknya seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang rendah, maka ia memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

Aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan. Pembelian impulsif atau berbelanja semata-mata, pembelian ini dapat dilihat pada remaja yang membeli suatu barang karena adanya diskon atau ketertarikan pada iklan, yang sebenarnya tidak ada rencana untuk membeli barang tersebut. Hal ini terlihat pada hasil observasi yang mana remaja membeli sepatu hanya untuk menjadi koleksinya. Pembelian yang dilakukan dalam pemborosan dapat dilihat dari hasil wawancara, dimana remaja cenderung membelanjakan uang untuk membeli barang-barang yang telah ia miliki sebelumnya yang sebenarnya tidak menjadi kebutuhannya.

Menurut observasi dan wawancara yang telah saya lakukan terlebih dahulu, faktor yang menyebabkan remaja konsumtif salah satunya karena kepercayaan diri yang rendah pada dirinya, yang mudah tertarik oleh tampilan iklan, ajakan teman, bersifat boros, dan kurang mempertimbangkan keputusan yang akan diambil. Menurut Fatimah (2006), seseorang yang memiliki pengendalian diri yang baik termasuk ciri seseorang yang punya rasa percaya diri. Oleh sebab itu percaya diri yang rendah dalam dirinya membuat ia sulit dalam mengendalikan dirinya dengan baik dan akan mengakibatkan lebih mudah dalam berperilaku konsumtif. Begitu juga

dengan remaja dengan kepercayaan diri yang tinggi dapat memudahkan mereka untuk mengontrol diri sehingga tidak akan menuju pada perilaku konsumtif.

Dari observasi yang telah saya lakukan terlebih dahulu, maka saya menemukan adanya masalah-masalah yaitu pada remaja laki-laki yang tidak percaya diri dengan kendaraan yang digunakannya karena terpengaruhi oleh teman sekelompoknya yang memiliki kendaraan yang lebih sesuai dengan diri mereka atau kendaraan yang banyak digunakan remaja laki-laki saat ini, oleh karena itu remaja laki-laki tersebut tidak ingin menggunakan kendaraan ia saat ini tetapi meminta untuk menggantinya, walaupun kendaraan lama masih bagus untuk digunakan. Selanjutnya pada remaja wanita yang mana terpengaruh oleh sekelompok teman-temannya yang telah menggunakan *handphone* keluaran terbaru atau yang saat ini lagi *trend*, karena itu ia meminta mengganti *handphone* lamanya seperti *handphone* yang dimiliki oleh teman-temannya saat ini, yang sebenarnya *handphone* yang ia gunakan masih layak untuk digunakan.

Oleh karena itu, memasuki dunia remaja pengertian dan pemahaman tentang pentingnya memiliki kepercayaan diri sangat diperlukan setiap individu agar bisa memikirkan dan menghitung baik dan buruk pada tindakan yang akan dilakukannya. Sehingga peneliti tertarik untuk meneliti hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka dapat diketahui rumusan masalahnya yaitu sebagai berikut :

Apakah terdapat hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang terdapat dalam penelitian ini, dapat diketahui tujuan penelitiannya yaitu sebagai berikut :

Untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti mengharapkan hasil penelitian ini bisa memberikan tambahan pengetahuan bagi ilmu psikologi terutama mengenai kepercayaan diri dan perilaku konsumtif.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

**1.4.2.1** Bagi penulis, untuk menambah wawasan serta pengalaman langsung tentang hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja.

**1.4.2.2** Bagi subjek, dapat mengatuhi serta menambah pengetahuan tentang hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif.

**1.4.2.3** Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat bermanfaat sebagai gambaran serta pedoman mengenai kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Perilaku Konsumtif

##### 2.1.1 Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yang dijelaskan oleh Suyasa dan Fransisca (2005), adalah membeli produk-produk yang tidak untuk mencukupi kebutuhan, melainkan agar terpenuhinya keinginan sesaat yang dapat dicapai dengan cara berlebihan yang menyebabkan timbulnya sikap boros dan peningkatan biaya. Arti kata konsumtif berarti pemborosan, dimana terdapat perilaku boros dalam menggunakan barang dan jasa yang berlebihan agar tercapainya kepuasan maksimal. (Wardhani, 2009). Sejalan dengan pendapat Setiaji (1995), menjelaskan perilaku konsumtif merupakan seseorang yang cenderung berperilaku berlebihan atau secara tidak terencana dalam membeli sesuatu.

Gunay & Baker (2011) menjelaskan perilaku konsumtif sebagai upaya dari konsumen agar kebutuhan dan keinginannya dipuaskan dengan cara melakukan pembelian pada produk barang ataupun jasa. Keputusan konsumen saat melakukan pembelian ini ternyata sangat dipengaruhi oleh adanya panutan (*role model*) (Gavish, Shoham, & Ruvio, 2008). Beberapa penelitian juga menemukan bahwa konsumen muda (anak-anak hingga remaja) dalam menentukan perilaku konsumtifnya mengacu pada sosok

panutan (*role model*), diantaranya selebriti dan orangtua (Dix, Phau, & Pougnet, 2010; Gavish et al., 2008; C. A. Martin & Bush, 2000; McNeill & Turner, 2013; Wiese & Kruger, 2016).

Menurut Howel dan Dipboye (dalam Munandar, 2001), perilaku konsumtif termasuk salah satu bagaian dari aktivitas dan juga kegiatan menggunakan suatu barang dan jasa oleh konsumen. Berdasarkan definisi perilaku konsumtif secara harafiah juga dijelaskan oleh Echols dan Shadly (dalam Yuriani, 1994), yaitu menggunakan barang, baik produk industri ataupun jasa, konsumtif yang berarti bersifat menggunakan atau memiliki barang-barang dengan cara berlebihan.

Selanjutnya Lubis (dalam Sumartono, 2002) menjelaskan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang didasarkan oleh adanya rasa ingin yang telah sampai taraf yang tidak wajar bukan didasarkan pada pertimbangan yang rasional. Menurut Tambunan (2001) mengungkapkan perilaku konsumtif yaitu rasa ingin dalam memakai produk-produk yang sebenarnya tidak menjadi keperluan tetapi hanya untuk mencapai kepuasan maksimal.

Cahyana (dalam Murbani, 2010) berpendapat bahwa perilaku menggunakan berbagai tuntunan produk diartikan sebagai perilaku konsumtif. Sedangkan menurut Tambunan (dalam Murbani, 2010) menjelaskan perilaku konsumtif dalam menggunakan uang memiliki nilai lebih besar daripada nilai produksi untuk produk-produk yang tidak menjadi kebutuhan utamanya.

Menurut Sabirin (dalam Meida, 2009) menjelaskan perilaku konsumtif sebagai suatu keinginan dalam menggunakan produk yang mungkin tidak menjadi kebutuhan dan hanya ingin mencapai kepuasan maksimal. Berbeda dengan pendapat dari Dahlan (dalam Sumartono, 2002) menjelaskan perilaku konsumtif yaitu penggunaan segala sesuatu yang paling mewah dengan merasakan kepuasan dan kenyamanan fisik juga terdapatnya pola hidup manusia yang didorong dan dikendalikan oleh rasa ingin agar terpenuhinya hasrat kesenangan sesaat. Konsumtif ini ditandai dengan kehidupan mewah dan berlebihan.

Fromm (2008) juga menjelaskan tentang perilaku konsumtif sebagai keinginan untuk mendapatkan yang terus meningkat agar bisa memperoleh kepuasan mempunyai barang dan jasa tanpa memperdulikan kegunaan dari produk tersebut, tetapi berdasarkan keinginan untuk memiliki sesuatu yang lebih *trend*, lebih banyak dan lebih menarik yang bertujuan agar dapat menunjukkan keistimewaan atau sesuatu yang berbeda dengan yang lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan aktivitas atau kecenderungan membeli atau mengkonsumsi produk-produk secara berlebihan yang sebenarnya tidak menjadi keperluan, dimana pembelian tersebut dilakukan bukan dengan pertimbangan yang rasional, melainkan lebih mengutamakan faktor keinginan daripada kebutuhan, serta memberikan rasa puas dan kenyamanan

fisik yang didorong oleh semua keinginan untuk terpenuhinya hasrat kesenangan sesaat.

### 2.1.2 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Lina dan Rosyid (dalam Fitrohusadi, 2015), menjelaskan aspek-aspek perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut :

1. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*), menunjukkan individu yang berbelanja semata-mata tidak peduli atas apa yang terjadi, dimana bersifat emosional karena dipengaruhi oleh keinginan sesaat ataupun hasrat secara tiba-tiba.
2. Pemborosan (*wasteful buying*), dalam aspek ini penggunaan uang bernilai besar daripada nilai produk untuk barang dan jasa yang tidak menjadi kebutuhannya.
3. Mencari Kesenangan (*non rational buying*), dalam aspek ini masyarakat membeli barang yang dilakukan semata-mata untuk mendapat kesenangan, yang dicari salah satunya yaitu kenyamanan fisik yang mana seorang remaja merasa lebih modis karena termotivasi oleh sifat remaja yang membuat ia merasa gembira dan nyaman saat menggunakan barang-barang yang berbeda dari yang lain sehingga membuat ia merasa lebih *trendy*.

Berbeda dengan pendapat Mangkunegara (2002), menjelaskan aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut :

1. **Pemilikan Produk.** Individu akan terus berkeinginan membeli barang walaupun barang tersebut sudah ia miliki. Hal itulah yang menyebabkan munculnya perilaku konsumtif.
2. **Perbedaan Individu.** Individu yang konsumtif, berbelanja karena ingin mencari kesenangan sesaat tanpa memikirkan manfaatnya, dikarenakan berpengaruh pada motif individu saat berbelanja.
3. **Pengaruh Pemasaran.** Individu dapat terpengaruhi dalam berperilaku konsumtif karena pengaruh pemasaran seperti penataan produk, diskon, promosi, iklan, dan lainnya.
4. **Pencarian Informasi.** Seseorang akan membeli sesuai dengan informasi yang dimilikinya sesuai dengan suatu produk tersebut.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek dari perilaku konsumtif adalah pembelian impulsif, pemborosan, mencari kesenangan, pemilikan produk, perbedaan individu, pengaruh pemasaran, dan pencarian informasi. Dari beberapa teori yang telah dijelaskan peneliti memilih untuk menggunakan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (dalam Fitrohusadi, 2015) untuk menyusun skala, karena lebih bersifat penjelasan terhadap keinginan seseorang dalam melakukan pembelian terhadap barang-barang kebutuhan dan lebih memiliki aspek yang lengkap sehingga sesuai dengan target penelitian.

### 2.1.3 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Lina dan rosyid (1997), menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, terbagi menjadi 2 yaitu sebagai berikut :

#### a. Faktor Eksternal

1. Kebudayaan. Kebudayaan mempengaruhi konsumen yang tercermin dalam gaya hidup, kebiasaan, dan tindakan dalam permintaan bermacam-macam barang dipasar. Keberagaman budaya membentuk perilaku yang berbeda-beda dimana meningkatkan kebutuhan yang dapat munculnya perilaku konsumtif.
2. Kelas sosial. Kelompok yang memegang nilai-nilai, mempunyai minat dan melakukan prilaku yang mirip, serta terdiri atas sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.
3. Kelompok referensi. Berpengaruh kuat pada seseorang dalam membentuk kepribadian dan perilakunya. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam berperilaku menentukan produk yang digunakannya.

#### b. Faktor Internal

1. Motivasi. Pendorong perilaku seseorang termasuk dalam melakukan pembelian atau penggunaan barang dan jasa.
2. Harga diri. Seseorang yang harga dirinya rendah berpengaruh pada perilaku membeli, karena akan cenderung lebih mudah terpengaruhi dari pada seseorang yang harga dirinya tinggi.
3. Kepribadian. Berpengaruh pada perilaku mengambil keputusan dalam membeli produk.

4. Kepercayaan Diri. Berpengaruh pada perilaku seseorang dalam membeli barang, yang dibuktikan dalam penelitian oleh Rombe (2014) ia menyimpulkan bahwa kepercayaan diri mampu mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif.

Sedangkan menurut Suyasa & Fransisca (dalam Triyaningsih, 2005), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu sebagai berikut :

1. Munculnya iklan. Masyarakat dapat terpengaruh dalam mencoba yang akhirnya tertarik untuk membeli barang yang ditawarkan, yaitu berupa pesan yang ditawarkan pada masyarakat tersebut melalui media massa.
2. Konformits. Ini terjadi karena keinginan yang kuat dalam diri seseorang agar tampil menarik dan sesuai dengan kelompoknya sehingga akan diterima dalam bagian dari kelompok tersebut.
3. Gaya hidup. Yaitu berupa meniru orang lain yang menggunakan barang mewah untuk meningkatkan status sosial seseorang. Gaya hidup ini yaitu sebagai salah satu faktor utama yang ada pada perilaku konsumtif.
4. Kartu kredit. Digunakan oleh penggunanya dalam berbelanja, tanpa ada rasa takut tidak mempunyai uang.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor eksternal yaitu kebudayaan, kelas sosial, dan kelompok referensi. Faktor internal yaitu motivasi, harga diri, kepribadian, dan kepercayaan diri. Selain itu ada munculnya iklan, konformitas, gaya hidup, dan kartu

kredit. Dari beberapa teori yang telah dijelaskan, peneliti mengambil salah satu faktor yang menyebabkan remaja berperilaku konsumtif yaitu kepercayaan diri karena pada masa remaja pengertian dan pemahaman tentang pentingnya memiliki kepercayaan diri sangat diperlukan agar bisa memikirkan baik dan buruk pada tindakan yang akan dilakukan.

## **2.2 Kepercayaan Diri**

### **2.2.1 Pengertian Kepercayaan Diri**

Menurut Iswikharmanajaya dan Agung (2004) kepercayaan diri diartikan sebagai ciri kepribadian yang berarti yakin akan kemampuannya, karena memiliki sifat positif sehingga tidak mudah dipengaruhi orang lain. Sedangkan menurut Hakim (2002), menyatakan bahwa seseorang yang yakin pada semua aspek kelebihan yang dimilikinya dan rasa yakin itulah yang menjadikannya mampu agar bisa mencapai segala tujuan dalam hidupnya.

Utomo dan Harmiyanto (2016), munculnya kepercayaan diri disebabkan dari kesadaran untuk menentukan ketika kapan harus melakukan sesuatu dan apa yang harus dilakukan. Kepercayaan diri berarti menghargai dan menilai diri sendiri. Kepercayaan diri memiliki tekad yang dapat membuat kita melakukan apapun sampai terwujudnya tujuan yang diinginkan, karena kepercayaan diri datang dari kesadaran diri kita sendiri. Sejalan dengan pendapat Etheridge (2007), kepercayaan diri merupakan keyakinan pada diri ; keyakinan pada penilaian dan keterampilan psikomotor

diri, pengetahuan dan kemampuan diri untuk berpikir kritis dan membuat kesimpulan yang tepat.

Menurut Bandura yang diikuti oleh Siska, dkk (2006), kepercayaan diri sebagai rasa yakin seseorang dalam kemampuan yang dimilikinya agar dirinya bisa berperilaku seperti yang diperlukan untuk menerima hasil yang seperti apa diinginkan atau diharapkan. Sedangkan menurut Branden (dalam Handan, 2009) menjelaskan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan seseorang pada kemampuannya.

Kepercayaan diri juga dijelaskan oleh Hambly (dalam Murbani, 2010) yaitu merupakan rasa yakin dalam dirinya dalam mengatur segala sesuatu dengan baik. Kepercayaan diri dapat diartikan juga sebagai keyakinan yang dimiliki individu berupa perasaan dan pandangan bahwa berperilaku dengan rasa yakin karena menanggapi dirinya dalam keadaan baik.

Sedangkan Lauster (2012) menjelaskan kepercayaan diri sebagai sikap ataupun keyakinan terhadap kemampuan seseorang agar tidak merasa khawatir dengan tindakan yang dilakukan, siap menerima resiko atas segala perbuatan yang dilakukan, melakukan dengan bebas hal-hal yang ia sukai, serta hangat dan sopan saat berinteraksi dengan orang lain.

Menurut Angelis (2003), menjelaskan tentang percaya diri bermula dari tekad dalam diri individu agar melakukan semua yang diinginkan dalam kebutuhan hidup. Kepercayaan diri membuat individu bisa menghadapi tantangan hidup ataupun berbuat sesuatu, karena percaya diri muncul dari

keyakinan diri sendiri. Kepercayaan diri diartikan juga sebagai keyakinan seseorang dalam melakukan tindakan yang dianggap benar serta semaksimal mungkin dalam menyelesaikan masalah hidupnya.

Menurut Fatima (2006) menjelaskan bahwa individu yang mampu dan yakin serta percaya dapat melakukan sesuatu adalah individu yang sangat percaya diri, yang dimana hanya mengacu pada aspek dari kehidupan individu. Individu mampu mengembangkan nilai yang baik pada diri sendiri ataupun lingkungan dan keadaan yang dihadapinya, karena kepercayaan diri ditandai sebagai sikap baik yang dimiliki seseorang.

Percaya diri dijelaskan juga sebagai kesadaran yang kuat mengenai harga serta kemampuan yang dimiliki. Seseorang yang percaya diri tinggi dapat berani menerangkan keberadaannya, berani tampil penuh keyakinan diri, membuat keputusan dengan baik, dan mampu tegas dan membela kebenaran. Goleman (dalam Rissy dan Aziza, 2006).

Berdasarkan beberapa pendapat mengenai kepercayaan diri yang telah dijelaskan, disimpulkan bahwa kepercayaan diri merupakan nilai baik pada diri sendiri yang mana didalamnya terdapat rasa yakin akan kemampuan yang terdapat dalam diri seseorang, sehingga dapat mengembangkan dan mengolah dirinya sebagai pribadi yang mampu mengatasi masalah dengan situasi yang baik, dan kemampuan mental dalam mengurangi pengaruh yang tidak baik dari keraguan yang mendorong individu untuk mendapatkan keberhasilan atau kesuksesan yang akan dicapai, serta kemampuan dalam menghadapi berbagai situasi, tantangan, dan kemampuan mental.

### 2.2.2 Aspek-aspek Kepercayaan Diri

Lauster (2003) menjelaskan aspek-aspek dari kepercayaan diri yaitu sebagai berikut :

1. **Kayakinan akan kemampuan diri.** Seseorang yang memiliki sikap yang baik akan mengerti dengan sungguh-sungguh apa yang akan dilakukannya
2. **Optimis.** Seseorang dapat berpandangan baik dalam melihat segala sesuatu dalam dirinya, harapan dan kemampuannya dikarenakan sikap baik yang ada dalam dirinya.
3. **Objektif.** Percaya diri seseorang dalam melihat permasalahan atau apapun bukan menurut kebenaran pribadi tetapi kebenaran sesungguhnya.
4. **Bertanggung jawab.** Sikap individu agar dapat menerima apapun yang telah menjadi resikonya.
5. **Rasional.** Analisa terhadap suatu masalah atau suatu kejadian dengan menggunakan pemikiran yang masuk akal dan sesuai dengan kebenarannya.

Sedangkan pendapat Kumara (dalam Yulianto dan Nashori, undip(dot)ac(dot)id, 2011) mengungkapkan aspek-aspek kepercayaan diri yaitu sebagai berikut :

1. **Kemampuan menghadapi masalah.** Seseorang yang memiliki sikap yakin atas kemampuan dalam menyelesaikan setiap masalah dalam hidupnya.
2. **Bertanggung jawab terhadap keputusan dan tindakan.** Individu yang berani mengambil keputusan, maka harus berani pula bertanggung jawab.

3. Kemampuan dalam bergaul. Seseorang harus tau bagaimana cara menjalin pertemanan dengan orang lain.
4. Kemampuan menerima kritik. Setiap kritikan yang diberikan kepada seseorang, maka ia harus mampu menerimanya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek dalam kepercayaan diri yaitu keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, bertanggung jawab, rasional, kemampuan menghadapi masalah, bertanggung jawab, kemampuan dalam bergaul, kemampuan menerima kritik. Dari beberapa teori yang telah dijelaskan, peneliti memilih menggunakan aspek-aspek kepercayaan diri yang dikemukakan oleh Lauster (2003) untuk menyusun skala karena lebih mendekati dengan fakta sesuai dengan kebutuhan peneliti.

### **2.2.3 Faktor-faktor Kepercayaan Diri**

Angelis (2002) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri, yaitu sebagai berikut :

1. Kemampuan pribadi. Mampu mengerjakan segala sesuatu akan dapat menimbulkan rasa percaya diri.
2. Keberhasilan individu. Memperkuat timbulnya rasa percaya diri dapat dilakukan apabila mendapatkan apa yang dicita-citakan selama ini.
3. Keinginan. Saat seseorang menginginkan sesuatu, maka ia telah belajar dari kesalahan yang telah dilakukan agar mendapat keinginannya.
4. Tekad yang kuat. Agar tujuan dapat dicapai, seseorang harus mempunyai tekad yang kuat.

Sedangkan kepercayaan diri menurut Ghufron (2014) dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut :

1. Konsep diri. Dengan perkembangan konsep diri yang didapat dalam pergaulannya dalam suatu kelompok, kepercayaan diri seseorang pun dapat dibentuk.
2. Harga diri. Harga diri merupakan penilaian terhadap dirinya sendiri. Konsep diri yang baik dapat membentuk harga diri yang baik pula.
3. Pengalaman. Dapat terjadi sebagai faktor datangnya rasa percaya diri dan faktor menurunnya rasa percaya diri pada seseorang.
4. Pendidikan. Seseorang yang berpendidikan tinggi akan memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih daripada seseorang dengan pendidikan rendah, karena tingkat pendidikan berpengaruh terhadap yang menjadikan bergantung dan berada dibawah kekuasaan orang lain yang lebih unggul darinya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri yaitu kemampuan pribadi, keberhasilan individu, keinginan, tekad yang kuat, konsep diri, harga diri, pengalaman, dan pendidikan.

### 2.3 Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif

Sembiring (2008) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa seseorang yang konsumtif dikatakan sebagai tidak memikirkan kegunaan dan fungsi saat membeli barang. Diartikan secara luas yang berarti konsumtif merupakan mengkonsumsi secara berlebihan dan berperilaku boros, dimana lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan atau diartikan juga sebagai gaya hidup yang mewah.

Sejalan dengan ungkapan oleh Dunning (2007) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa konsumen untuk menunjang penampilannya agar dapat tampil percaya diri dengan cenderung membeli produk yang tidak sesuai dengan kebutuhannya. Individu yang berperilaku konsumtif rendah berarti rasa percaya dirinya tinggi, dan individu yang berperilaku konsumtif tinggi berarti rasa percaya dirinya rendah.

Anggasari (2010) dalam penelitiannya menjelaskan perilaku konsumtif sebagai tindakan berbelanja produk yang tidak dibutuhkan sehingga sifatnya menjadi boros. Pola perilaku pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang tidak menjadi kebutuhan, tetapi hanya mengutamakan faktor keinginan yang dikuasi hasrat duniawi serta kesenangan sesaat. Pola perilaku yang dimaksud yaitu berbelanja dan pemenuhan kebutuhan dimana lebih mengutamakan keinginan yang dikuasai hasrat duniawi dan kesenangan sesaat dibandingkan kebutuhan hidupnya.

Terbentuknya perilaku konsumtif pada remaja yang dijelaskan Sumartono (dalam Fardhani dan Izzati, 2013), dikarenakan oleh faktor

internal dan faktor eksternal. Harga diri, kepribadian, motivasi, pengamatan, proses belajar, konsep diri, seta gaya hidup merupakan faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif. Sedangkan budaya, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga serta demografi merupakan faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif. Faktor internal pada perilaku konsumtif salah satunya adalah kepribadian yang meliputi aspek kepercayaan diri yang mengakibatkan seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif. Tuntunan zaman yang semakin maju, menyebabkan masyarakat juga mengikutinya. Asumsi publik yang menyatakan jika orang tidak mengikuti *trend* ia akan dianggap ketinggalan zaman, olah karena itu remaja kebanyakan untuk mengikuti perilaku konsumtif.

Fatimah (2006) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa percaya diri merupakan kemampuan seseorang yang memampukan dirinya maupun pada lingkungan atau situasi yang dihadapinya dikarenakan adanya sikap positif yang dimiliki seseorang tersebut. Disaat seseorang merasa mempunyai kompetensi, yakin, dan percaya bahwa individu tersebut melakukannya, biasanya hanya merujuk pada aspek dari kehidupan seseorang yang sangat percaya diri.

Menurut Meadow (Dalam Kusuma, 2005) orang yang percaya diri akan dapat menerima keadaan dirinya sehingga mereka tidak akan membeli berbagai produk yang sebenarnya tidak terlalu penting bagi kebutuhannya untuk menutupi rasa tidak percaya yang dimilikinya, sehingga tidak akan mengarah pada pola hidup konsumtif. Hal ini dikarenakan mereka dapat

menilai dirinya sendiri secara positif. Akan tetapi orang yang tidak percaya diri tidak mampu menerima keadaan dirinya sehingga mereka akan terus menerus mencari kekurangan dalam dirinya sehingga mereka akan mengarah pada pola hidup konsumtif. Hal ini dikarenakan mereka menilai dirinya sendiri secara negatif. Hal ini berkaitan dengan ungkapan oleh Jailani (1999) yang menjelaskan dalam penelitiannya bahwa apabila seseorang memiliki rasa percaya diri maka seseorang akan memiliki kelebihan pada harga diri, penghargaan diri dan pemahaman diri.

Maka dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi seseorang memiliki tingkat kepercayaan diri, maka akan semakin rendah untuk seseorang berperilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya semakin rendah seseorang memiliki tingkat kepercayaan diri, maka akan semakin tinggi untuk seseorang berperilaku konsumtif.

#### **2.4 Hipotesis**

Berdasarkan penjabaran yang telah dijelaskan diatas, maka hipotesis penelitiannya dapat dirumuskan sebagai berikut :

Adanya hubungan yang negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Yaitu semakin tinggi seseorang memiliki tingkat kepercayaan diri, maka akan semakin rendah untuk ia memiliki perilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya semakin rendah seseorang memiliki tingkat kepercayaan diri, maka semakin tinggi untuk ia memiliki perilaku konsumtif.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain penelitian kuantitatif dengan metode penelitian yaitu penelitian korelasional. Penelitian korelasional ini merupakan hubungan antara satu variabel atau beberapa variabel dengan variabel lainnya. (Winarni, 2011), tujuan dari dilakukannya metode penelitian yaitu untuk menggambarkan dua atau lebih fakta termasuk sifat-sifat objek yang sedang diteliti.

Metode penelitian ini dilakukan agar dapat memberi nilai terhadap hubungan yang terjadi secara alami dan minimal dua kelompok yang berbeda digunakan agar metode penelitian kuantitatif ini berhasil dilakukan. Tujuan penelitian korelasional memeriksa sejauh mana variasi antara perubahan suatu variabel dengan variabel lainnya berdasarkan koefisien korelasi. Dari penelitian ini, bisa menerima informasi tentang tingkat hubungan yang terjadi, bukan tentang ada tidaknya variabel satu dengan variabel lainnya.

#### 3.2 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sebagai faktor yang berperan didalam penelitian ataupun gejala yang perlu diteliti, juga menjadi sebagai suatu objek pengamatan penelitian. Kerlinger (2006) menjelaskan bahwa variabel

merupakan konstruk ataupun sifat yang akan dipelajari untuk memiliki nilai yang bervariasi.

Pada variabel ini ada dua variabel yang digunakan, yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

**a. Variabel Bebas (X) : Kepercayaan Diri**

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi pengaruh atau akan menyebabkan perubahan atau adanya variabel dependen (terikat). Menurut fungsi dari variabel ini dapat mempengaruhi variabel lain karena itu disebut juga dengan variabel pengaruh, dan disebut variabel bebas karena dapat secara bebas mempengaruhi variabel lain. Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu kepercayaan diri.

**b. Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif**

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang mengakibatkan variabel bebas. Karakteristik dari variabel bebas yaitu dipengaruhi oleh variabel lain. Oleh karena itu variabel terikat disebut juga dengan istilah variabel tergantung. Dalam suatu penelitian variabel terikat diamati dan diukur agar dapat mengetahui pengaruh atau hubungan dari variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu perilaku konsumtif.

### **3.3 Definisi Operasional**

#### **3.3.1 Perilaku Konsumtif**

Perilaku konsumtif sebagai aktivitas membeli atau memakai barang-barang secara berlebihan yang sebenarnya tidak menjadi keperluan, dimana pembelian tersebut dilakukan tidak lagi dengan pertimbangan yang rasional, karena lebih mengutamakan faktor keinginan daripada kebutuhan, serta memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik yang menjadi pendorong pada semua keinginan agar dapat memenuhi hasrat kesenangan sesaat.

#### **3.3.2 Kepercayaan Diri**

Kepercayaan diri sebagai penilaian yang baik terhadap dirinya sendiri, yang mana didalamnya terdapat keyakinan akan kemampuan yang ada dalam dirinya agar mampu mengembangkannya dan mengatur diri sendiri agar menjadikan pribadi yang bisa mengatasi suatu masalah dengan situasi terbaik, serta kemampuan dalam menghadapi keadaan apapun, tantangan, dan kemampuan mental agar mengurangi efek buruk dari keraguan yang menjadi pendorong baginya agar berhasil atau mencapai kesuksesan.

### **3.4 Subjek Populasi**

#### **3.4.1 Populasi Penelitian**

Menurut Sugioyono (2011 : 80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari objek ataupun subjek yang memiliki kualitas dan ciri tertentu yang ditetapkan oleh peneliti dalam mempelajari dan mengambil kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa/i yang

masih bersekolah di SMA, SMK, MA di Teluk Kuantan yang berjumlah 3.398 siswa.

### 3.4.2 Sampel Penelitian

Sugioyono (2011 : 81) sampel merupakan bagian dari jumlah dan ciri pada populasi tersebut, sehingga sampel menjadi bagian dari populasi yang ada, sehingga metode tertentu untuk memahami pertimbangan yang ada harus digunakan saat pengambilan sampel.

Dalam hal ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *random sampling*, yang berarti mengambil sampel dengan cara acak. Setiap unsur populasi yang bisa dipilih menjadi sampel harus memiliki kesempatan yang sama. Dalam penelitian ini yang terpilih menjadi subjek penelitian yaitu siswa/i MAN 1 Taluk Kuantan.

Jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan teknik menentukan ukuran sampel dengan menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{3.398}{1 + (3.398(0,1)^2)}$$

$$n = \frac{3.398}{34,98}$$

$$n = 97,141$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah Sampel

$N$  = Jumlah Populasi

$e$  = *Error level* (tingkat kesalahan) 10%

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, maka diperoleh sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 97 orang siswa, namun peneliti membulatkannya menjadi 100 siswa MAN 1 Taluk Kuantan untuk menjadi sampel penelitian.

### 3.5 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian perlu dilakukan observasi terhadap pengumpulan data yang diperoleh tetap terjaga tingkat validitas dan reliabilitasnya. Pengumpulan data perlu diperhatikan dalam penelitian agar data yang didapat mampu mempertahankan tingkat validitas dan reliabilitasnya. Dalam penelitian ini data didapat dalam bentuk skala melalui penggunaan alat pengumpulan data. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala dari kepercayaan diri dan perilaku konsumtif, yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan kepercayaan diri dan perilaku konsumtif, dimana pertanyaan tersebut didasarkan pada kedua variabel. Pertanyaan yang di ajukan bersifat tidak langsung dengan memberi keleluasaan menjawab pada subjek karena di dalam skala tidak ada jawaban

yang salah. Skoring untuk masing-masing item menggunakan acuan seperti yang dijelaskan dibawah ini:

Pernyataan Pilihan *Favorable* pada kedua skala.

Pilihan	Penjelasan	Skor
SS	(Sangat Setuju)	5
S	(Setuju)	4
N	(Netral)	3
TS	(Tidak Setuju)	2
STS	(Sangat Tidak Setuju)	1

Pernyataan Pilihan *Unvaroble* pada kedua skala.

Pilihan	Penjelasan	Skor
SS	(Sangat Setuju)	1
S	(Setuju)	2
N	(Netral)	3
TS	(Tidak Setuju)	4
STS	(Sangat Tidak Setuju)	5

Adapun skala dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

#### 1. Skala Kepercayaan Diri

Untuk mengukur kepercayaan diri pada remaja skala ini disusun berdasarkan 5 aspek :

- Keyakinan akan kemampuan diri.
- Optimis.
- Objektif.
- Bertanggung jawab.
- Rasional.

Skala ini disusun dengan dimodifikasi dari skala yang dibuat oleh Tiwi Febriantita Reza (2014). Aitem-aitem pada skala kepercayaan diri ini disusun dengan dua jenis aitem, yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Aitem *favorable* adalah aitem-aitem yang mendukung indikator variabel, sedangkan aitem *unfavorable* adalah aitem-aitem yang tidak mendukung indikator variabel. Pada setiap skala kepercayaan diri, pertanyaan tersebut memiliki 5 pilihan jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek, maka semakin tinggi pula kepercayaan diri pada individu tersebut, begitu juga sebaliknya jika semakin rendah skor yang diperoleh subjek, maka semakin rendah pula kepercayaan diri pada individu tersebut.

**Tabel 3.1**

**Blue Print Kepercayaan Diri (Sebelum Try Out)**

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1.	Keyakinan Kemampuan Diri.	Yakin akan kemampuan untuk melakukan sesuatu.	1, 2, 3, 4	5, 6, 7, 8	8
2.	Optimis.	- Keyakinan Hasil usaha yang dilakukan. - Keyakinan untuk diterima.	9, 10 13, 14	11, 12 15, 16	4 4
3.	Objektif.	Penilaian yang sesuai.	17, 18, 19, 20	21, 22, 23, 24	8
4.	Bertanggung Jawab.	Berani bertanggung jawab atas perbuatan yang dilakukan.	25, 26, 27, 28	29, 30, 31, 32	8
5.	Rasional.	Berpikir dengan apa yang dilihat.	33, 34, 35, 36	37, 38, 39, 40	8
<b>Jumlah</b>			<b>20</b>	<b>20</b>	<b>40</b>

Berdasarkan hasil uji validitas, terdapat 12 aitem yang tidak valid pada analisis pertama, yaitu terdapat pada nomor aitem 1, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 13, 15, 16, 33, 37 dengan nilai reliabilitas (alpha) 0,876, dan tidak ada satupun aitem yang tidak valid yang terdapat pada analisis kedua dengan nilai reliabilitas (alpha) 0,902. Selanjutnya akan diacak kembali untuk dijadikan

sebagai skala penelitian dengan menyisihkan aitem yang tidak valid dengan *blue print* sebagai berikut :

**Tabel 3.2**  
***Blue Print* Kepercayaan Diri (Setelah Try Out)**

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1.	Keyakinan Kemampuan Diri.	Yakin akan kemampuan untuk melakukan sesuatu.	1, 2	-	2
2.	Optimis.	- Keyakinan Hasil usaha yang dilakukan. - Keyakinan untuk diterima.	3, 4 6	5 -	3 1
3.	Objektif.	Penilaian yang sesuai.	7, 8, 9, 10	11, 12, 13, 14	8
4.	Bertanggung Jawab.	Berani bertanggung jawab atas perbuatan yang dilakukan.	15, 16, 17, 18	19, 20, 21, 22	8
5.	Rasional.	Berpikir dengan apa yang dilihat.	23, 24, 25	26, 27, 28	6
<b>Jumlah</b>			<b>16</b>	<b>12</b>	<b>28</b>

## 2. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini disusun berdasarkan tiga aspek untuk mengukur perilaku konsumtif, yaitu :

- a. Pembelian impulsif.
- b. Pemborosan.
- c. Mencari kesenangan.

Skala ini disusun dengan dimodifikasi dari skala yang dibuat Erika Wulandari (2019). Aitem-aitem pada skala perilaku konsumtif ini disusun dengan dua jenis aitem, yaitu *favorable* dan *unfavorable*. Aitem *favorable* adalah aitem-aitem yang mendukung indikator variabel, sedangkan aitem *unfavorable* adalah aitem-aitem yang tidak mendukung indikator variabel. Pada setiap skala perilaku konsumtif, pertanyaan tersebut memiliki 5 pilihan jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), netral (N), tidak setuju (TS), sangat tidak setuju (STS).

Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada individu tersebut, begitu juga sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh subjek, maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada individu tersebut.

**Tabel 3.3**

***Blue Print* Perilaku Konsumtif (Sebelum Try Out)**

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1.	Pembelian Impulsif ( <i>Impulsif Buying</i> )	- Keinginan Sesaat	1, 2, 3	4, 5, 6	6
		- Tanpa Pertimbangan	7, 8, 9	10, 11, 12	6
2.	Pemborosan ( <i>Wasteful Buying</i> )	- Boros	13, 14, 15, 16	17, 18, 19, 20	12
		- Mengikuti Trend	21, 22, 23, 24	25, 26, 27, 28	
3.	Mencari Kesenangan ( <i>Non Rational Buying</i> )	- Mencari Kesenangan	29, 30, 31	32, 33, 34	6
		- Mencari Kepuasan	35, 36, 37	38, 39, 40	6
<b>Jumlah</b>			<b>20</b>	<b>20</b>	<b>40</b>

Berdasarkan hasil uji validitas, terdapat 3 aitem yang tidak valid pada analisis pertama, yaitu terdapat pada nomor aitem 24, 28, 38 dengan nilai reliabilitas ( $\alpha$ ) 0,926 dan tidak ada satupun aitem yang tidak valid yang terdapat pada analisis kedua dengan nilai reliabilitas ( $\alpha$ ) 0,930. Selanjutnya akan diacak kembali untuk dijadikan sebagai skala penelitian dengan menyisihkan aitem yang tidak valid dengan *blue print* sebagai berikut:

**Tabel 3.4**

***Blue Print* Perilaku Konsumtif (Setelah Try Out)**

No.	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1.	Pembelian Impulsif ( <i>Impulsif Buying</i> ).	- Keinginan Sesaat. - Tanpa Pertimbangan.	1, 2, 3 7, 8, 9	4, 5, 6 10, 11, 12	12
2.	Pemborosan ( <i>Wasteful Buying</i> ).	- Boros. - Mengikuti Trend.	13, 14, 15, 16 21, 22, 23	17, 18, 19, 20 24, 25, 26	14
3.	Mencari Kesenangan ( <i>Non Rational Buying</i> ).	- Mencari Kesenangan. - Mencari Kepuasan.	27, 28, 29 33, 34, 35	30, 31, 32 36, 37	11
<b>Jumlah</b>			<b>19</b>	<b>18</b>	<b>37</b>

**3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas**

**3.6.1 Uji Validitas**

Validitas memiliki arti sejauh mana kecermatan dan ketepatan suatu alat ukur dalam memenuhi fungsi ukurnya (Wahyudi, 2020). Dalam literatur yang lain disebutkan bahwa validitas alat uji sebagai kemampuan dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Apabila suatu instrument dapat mengungkapkan data dari variabel dengan baik dan tidak menyimpang dari keadaan sebenarnya, maka dapat dikatakan instrument tersebut valid, karena validitas instrument dapat mempermasalahkan kesesuaian alat ukur tersebut dalam mengukur apa yang hendak diukur (Yusup,2018).

Jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini untuk menguji validnya alat ukur yang digunakan yaitu validitas isi (*content validity*). Validitas isi adalah validitas yang dipertimbangkan dalam pengukuran pada isi tes dengan analisis rasional maupun lewat *professional judgement*, yang berarti penilaian menilai dengan kompeten pada aitem-aitem yang terdapat pada alat ukur tersebut. (Azwar, 2015).

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang digunakan dalam melihat seberapa jauh hasil pengukuran relatif konsisten jika pengukuran diulang dua kali atau lebih. Instrument dikatakan reliabel apabila bisa mengungkapkan data yang bisa dipercaya (Arikunto, 2010). Suatu instrument pengukuran dikatakan reliabel jika instrument tersebut digunakan secara berulang akan melihat konsistensi kuesioner dalam jawaban responden dengan beberapa kali pengujian pada kondisi yang berbeda dengan menggunakan kuesioner yang sama.

Menurut (Pramesti, 2014), Koefisien dikatakan riabel jika *cronbach's alpha* diatas 0,6 semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin baik reliabelnya, tetapi jika *cronbach's alpha* semakin rendah angkanya kurang dari 0,6 berarti reliabilitasnya rendah. Perhitungan reliabilitas ini dengan menggunakan program komputer (*Statistical Product and Service Solution*) 20 for windows.

Uji reliabilitas didapatkan dari hasil uji coba setelah dilakukannya pengukuran aitem yang dianggap kurang baik, sehingga didapatkan reliabilitas dari aitem yang sudah baik dan akan diujikan kembali dalam pengambilan data.

**Tabel 3.5**  
**Hasil uji reliabilitas seluruh skala**

<b>Skala</b>	<b>Total Aitem</b>	<b>Analisis 1</b> <b>Cronbach</b> <b>Alpha</b>	<b>Analisis 2</b> <b>Cronbach</b> <b>Alpha</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Kepercayaan Diri</b>	<b>40</b>	<b>0,876</b>	<b>0,902</b>	<b>Reliabel</b>
<b>Perilaku Konsumtif</b>	<b>40</b>	<b>0,926</b>	<b>0,930</b>	<b>Reliabel</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat dari uji reliabilitas bahwa semua skala mempunyai cronbach's alpha  $>0,600$ , dimana untuk kepercayaan diri 0,902 dan untuk perilaku konsumtif 0,930. Oleh karena itu seluruh aspek dinyatakan reliabel dalam penelitian ini.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Moleong (2007), mengungkapkan teknik analisis merupakan proses penelitian yang sulit dilakukan dikarenakan memerlukan kerja keras, pemikiran kreatif, serta pengetahuan yang tinggi. Teknik analisis data sebagai

kegiatan analisis pada penelitian yang dilakukan dalam mempelajari semua data yang ada dari instrument penelitian seperti catatan, dokumen, rekaman, tes, dan lainnya. Pada teknik analisis data tidak dapat disamakan dengan penelitian yang satu dengan penelitian yang lain, terutama tentang metode yang digunakan. (Sugioyono, 2010).

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan adalah analisis korelasi *Pearson Product Moment* (dua variabel), dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 20 for windows untuk melihat peran kepercayaan diri (X) terhadap perilaku konsumtif (Y)

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Orientasi Penelitian

Sebelum dilaksanakan penelitian, tahap awal yang dilakukan yaitu menentukan tempat penelitian. Tahapan selanjutnya mengurus surat pengantar serta surat izin penelitian untuk sekolah MAN 1 Taluk Kuantan, kemudian peneliti memberikan surat izin penelitian ke MAN 1 Taluk Kuantan. Setelah peneliti mendapat izin dari pihak sekolah barulah peneliti melakukan penelitian di sekolah tersebut.

#### 4.2 Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan pada hari kamis tanggal 22 April 2021 dengan sampel berjumlah 100 siswa kelas 1 dan 2 MAN 1 Taluk Kuantan. Sebelum membagikan skala, peneliti sebelumnya meminta izin kepada pihak sekolah dan setelah pihak sekolah mengizinkan, langkah selanjutnya yang peneliti lakukan adalah melakukan diskusi dengan Waka kurikulum untuk menjelaskan bagaimana proses penyebaran skala tersebut. Selanjutnya peneliti menyebarkan langsung skala tersebut pada siswa kelas 1 dan 2 MAN 1 Taluk Kuantan.

### 4.3 Deskripsi Data

#### 4.3.1 Deskripsi Subjek Penelitian

Hasil penelitian lapangan tentang kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada siswa MAN 1 Taluk Kuantan telah dilakukan *scoring* dengan diolah menggunakan *statistical product service solution* (SPSS) 20 for windows. Diketahui hasil yang dijelaskan pada tabel 4.1 :

**Tabel 4.1**  
**Data Demografi**

Data Demografi		Frekuensi	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	33	33
	Perempuan	67	67
Usia	15 tahun	27	27
	16 tahun	43	43
	17 tahun	30	30
Kelas	Kelas 1	54	54
	Kelas 2	46	46

Pada tabel 4.1 diketahui sampel berjenis kelamin perempuan sebanyak 67 (67%), sedangkan laki-laki berjumlah 33 (33%). Dengan begitu, sampel terbanyak adalah perempuan.

Berdasarkan kategori usia mayoritas sampel berada pada usia 16 tahun dengan jumlah 43 orang atau 43%. Jika dilihat berdasarkan kelas jumlah sampel pada kelas 1 yaitu 54 orang (54%) dan kelas 2 yaitu 46 orang (46%).

### 4.3.2 Deskripsi Data Penelitian

Penjelasan dari penelitian hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada siswa MAN 1 Taluk Kuantan, setelah melakukan skoring dengan diolah menggunakan *statistical product service solution* (SPSS) 20 for windows. Didapat hasil yang dijelaskan pada tabel 4.2 :

**Tabel 4.2**  
**Deskripsi Data Penelitian**

Variabel Penelitian	Skor X diperoleh (empirik)				Skor X dimungkinkan (hipotetik)			
	X Max	X Min	Mean	SD	X Max	X Min	Mean	SD
<b>Kepercayaan an Diri</b>	134	83	108,8 7	9,101	140	28	84	18,67
<b>Perilaku Konsumtif</b>	136	61	95,13	14,229	185	37	111	24,67

Setelah mendapatkan hasil deskripsi data penelitian, dapat dikategorisasikan skor variabel kepercayaan diri dan perilaku konsumtif subjek penelitian. Kategorisasi berdasarkan pada nilai mean hipotetik dan standar deviasi hipotetik, setelah itu dilakukan kategorisasi lima jenjang : sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Rumus kategorisasi diuraikan dalam tabel 4.3 :

**Tabel 4.3**  
**Rumus Kategorisasi**

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

Keterangan:

M: Mean Hipotetik

SD: Standar Deviasi

Deskripsi data dengan menggunakan rumus yang dijabarkan diatas, maka untuk skala kepercayaan diri dalam penelitian ini terbagi pada 5 bagian yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Kategori skor kepercayaan diri pada tabel 4.4 :

**Tabel 4.4**  
**Rentang Nilai Dan Kategorisasi Subjek Skala Kepercayaan Diri**

Kategori	Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 112,005$	34	34 %
Tinggi	$93,335 \leq X < 112,005$	61	61 %
Sedang	$74,665 \leq X < 93,335$	5	5 %
Rendah	$55,995 \leq X < 74,665$	0	0 %
Sangat Rendah	$X \leq 55,995$	0	0 %
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan kategorisasi variabel kepercayaan diri diatas menunjukkan sebagian besar subjek penelitian ini, memiliki skor kepercayaan diri pada kategori tinggi sebanyak 61 orang dari 100 orang yang menjadi subjek atau sekitar 61% dari 100% subjek yang terlibat, selanjutnya kategorisasi skor perilaku konsumtif pada tabel 4.5 :

**Tabel 4.5**  
**Rentang Nilai dan Kategorisasi Subjek Skala Perilaku Konsumtif**

<b>Kategori</b>	<b>Skor</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Persentase</b>
Sangat tinggi	$X \geq 148,005$	10	10 %
Tinggi	$123,335 \leq X < 148,005$	0	0 %
Sedang	$98,665 \leq X < 123,335$	30	30 %
Rendah	$73,995 \leq X < 98,665$	55	55 %
Sangat rendah	$X \leq 73,995$	5	5 %
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100 %</b>

Berdasarkan kategorisasi variabel perilaku konsumtif diatas menunjukkan sebagian besar subjek penelitian ini, memiliki skor pada perilaku konsumtif pada kategori rendah sebanyak 55 orang dari 100 orang yang menjadi subjek, atau sebesar 55% dari 100% yang terlibat.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, diperoleh kesimpulan bahwa siswa/i MAN 1 Taluk Kuantan secara dominan memiliki skor yang tinggi pada variabel kepercayaan diri dan memiliki skor yang rendah pada variabel perilaku konsumtif.

#### 4.4 Hasil Analisis Data

Data yang telah didapat selanjutnya melakukan uji asumsi agar dapat terpenuhinya syarat-syarat korelasi. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas sebaran data, serta uji linieritas yaitu hubungan antara variabel kepercayaan diri dengan variabel perilaku konsumtif.

##### 4.4.1 Uji Normalitas Sebaran Data

Uji normalitas memakai teknik *one sampling kolmogorof-smirnov* dan dinyatakan berdistribusi normal kalau tingkat signifikan lebih besar dari  $p > 0,05$  tetapi  $p < 0,05$  data tidak normal (Azwar, 2012). Analisis perhitungan pada tabel 4.6 :

**Tabel 4.6**  
**Hasil Uji Asumsi Normalitas**

Variabel	Skor K-SZ	Signifikansi	Keterangan
Kepercayaan diri	0,625	0,829	Normal
Perilaku Konsumtif	0,595	0,871	Normal

Hasil uji normalitas yang telah dijelaskan diatas menunjukkan bahwa sebaran data kepercayaan diri diperoleh  $K-SZ = 0,625$  sedangkan untuk nilai  $p$  sebesar 0,829 ( $p > 0,05$ ) melihat bahwa data berdistribusi normal. Hasil uji normalitas untuk sebaran data perilaku konsumtif diperoleh skor  $K-SZ=0,595$  sedangkan untuk nilai  $p$  sebesar 0,871 ( $p > 0,05$ ) sebaran data pada penelitian ini adalah berdistribusi normal.

#### 4.4.2 Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan agar bisa melihat linearitas hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, yaitu antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada siswa. Uji linearitas menggunakan aturan signifikansi (p) dari nilai F (linearity)  $<0,05$  sehingga hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah linear, tetapi jika signifikan (p) dari nilai F (linearity)  $>0,05$  berarti hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat tidak linear. Hasil perhitungannya dapat dilihat pada tabel 4.7 :

**Tabel 4.7**  
**Hasil Uji Linearitas**

Variabel	Linearity (F)	Signifikansi	Keterangan
Kepercayaan diri	1,984	0,000	Linier
Perilaku Konsumtif	20,603	0,009	

Berdasarkan uji linearitas didapatkan nilai F dari Linearity sebesar 1,984 pada variabel kepercayaan diri dan 20,603 pada variabel perilaku konsumtif dengan nilai signifikan sebesar 0,009 ( $p < 0,05$ ) pada variabel kepercayaan diri dan 0,000 ( $p < 0,05$ ) pada variabel perilaku konsumtif, maka disimpulkan hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif bersifat linier.

### 4.4.3 Uji Hipotesis

Berdasarkan pada hasil uji korelasi yang telah dilakukan dalam penelitian, maka diketahui adanya hubungan yang negatif antara kepercayaan diri dan perilaku konsumtif. Analisis data yang digunakan yaitu dengan teknik korelasi *product moment* dari person yang telah disajikan oleh tabel 4.8 :

**Tabel 4.8**  
**Hasil Uji Hipotesis**

Variabel	Koefisien Korelasi	Signifikansi
Kepercayaan Diri.		
Perilaku Konsumtif.	-0,394**	0,000

Berdasarkan tabel 4.8 korelasi didapat dilihat pada kolom koefisien korelasi didapatkan nilai sebesar -0,394 dengan  $p < 0,05$ , berdasarkan arah korelasi dinyatakan bahwa korelasinya negatif yaitu -0,394; maka korelasi kedua variabel bersifat tidak searah. Hasil analisis data ini mendukung pernyataan hipotesis dalam penelitian ini yang dianggap sebagai salah satu kesimpulan dari hipotesis penelitian ini.

### 4.5 Pembahasan

Menurut demografi data menunjukkan jumlah subjek pada penelitian ini untuk jumlah perempuan berjumlah 67 sedangkan laki-laki berjumlah 33 dengan rentang usia mulai dari 15-17 tahun. Peneliti juga

mengelompokkan subjek dengan membagi setiap kelas yaitu untuk kelas 1 dengan jumlah subjek sebesar 54 siswa dan kelas 2 sebesar 46 siswa.

Berdasarkan jumlah subjek yang dimasukkan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 100 siswa, diketahui sebanyak 34 siswa subjek yang memiliki kepercayaan diri pada kategori sangat tinggi, 61 siswa pada kategori tinggi, dan 5 siswa yang termasuk pada kategori sedang. Berdasarkan pada penjelasan kategorisasi kepercayaan diri, diketahui bahwa untuk kategorisasi tinggi menjadi kategori yang memiliki jumlah subjek terbanyak.

Subjek dengan perilaku konsumtif diketahui sebanyak 10 siswa subjek yang memiliki perilaku konsumtif pada kategori tinggi, 30 siswa pada kategori sedang, 30 siswa pada kategori rendah, dan 5 siswa pada kategori sangat rendah. Berdasarkan pada penjelasan kategorisasi perilaku konsumtif, diketahui bahwa untuk kategorisasi rendah menjadi kategori yang memiliki jumlah subjek terbanyak.

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian, dapat diketahui hubungan yang bersifat negatif antara kepercayaan diri dan perilaku konsumtif siswa. Hasil perhitungan yang diperoleh dengan menggunakan teknik analisis korelasi maka didapatkan koefisien korelasi ( $r = -0,394$ ) sedangkan untuk nilai  $p = 0,000$  yang berarti  $< 0,05$ , dengan begitu diketahui hipotesis dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan yang negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi

kepercayaan diri maka perilaku konsumtif akan semakin rendah pada siswa MAN 1 Taluk Kuantan.

Fatimah (2006) mendefinisikan kepercayaan diri sebagai sikap yang baik yang dimiliki individu agar dirinya mampu mengembangkan penilaian yang baik pada dirinya ataupun pada lingkungan/situasi yang dihadapi. Individu mampu menerapkan pikiran yang baik didalam dirinya agar bisa mengatur semua kebutuhan dalam hidupnya jika individu berada pada tingkat kepercayaan diri yang tinggi. Individu yang sangat percaya diri dapat mengola perilakunya dengan baik dan tidak bergantung pada orang lain (Hakim,2002). Kepercayaan diri yang tinggi merujuk pada semua aspek kehidupan pribadi yang memungkinkan individu yakin melakukan apa saja dengan kemampuannya, dan memiliki kompetensi. Ada beberapa aspek kepercayaan diri yaitu keyakinan kemampuan diri, optimis, objektif, tanggung jawab, dan rasional.

Menurut Ancok (1995) perilaku konsumtif merupakan kecenderungan masyarakat dalam mengkonsumsi tanpa batas. Masyarakat akan lebih memikirkan faktor emosinya melainkan tindakan rasionalnya, ataupun lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif memiliki 3 aspek yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

Penelitian Susanti (2016) menyebutkan terdapatnya hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa mahasiswa UIN Malang, untuk

meningkatkan dirinya agar bisa diterima di lingkungan sosial, mereka tidak membutuhkan perilaku konsumtif. Selanjutnya yang diungkapkan oleh Murbani (2010) dengan judul hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja, hasil penelitiannya mendapatkan hasil koefisien korelasi sebesar  $-0,434$ . Hasil penelitiannya membuktikan bahwa adanya korelasi negatif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif, artinya semakin rendah remaja yang memiliki perilaku konsumtif berarti semakin tinggi kepercayaan diri pada remaja, begitu juga sebaliknya semakin tinggi remaja yang memiliki perilaku konsumtif berarti semakin rendah kepercayaan diri pada remaja. Rasa percaya diri yang tinggi tidak mudah untuk tertarik dengan segala sesuatu yang membuat mereka dimana akhirnya mengarah pada pola hidup konsumtif. Remaja akan menjadi dirinya sendiri yang membuat ia mampu menerima diri apa adanya apabila remaja memiliki rasa percaya diri yang tinggi. Berbeda dengan remaja yang tidak percaya diri, mereka akan mempengaruhi seseorang dalam melakukan suatu usaha termasuk dalam perilaku konsumtifnya, hal ini dikarenakan remaja akan selalu menutup dirinya karena kurangnya rasa percaya diri pada kemampuan dirinya. Dengan tingginya kepercayaan diri, maka dapat mempengaruhi seseorang untuk menentukan arah sikap apabila mereka diarahkan pada pilihan saat membeli produk yang akhirnya terarah pada perilaku konsumtif.

Dalam penelitian ini penulis menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki banyak kelemahan dan kekurangan yang ditemukan selama penelitian berlangsung. Kelemahan yang ada pada penelitian ini terdapat pada populasi dari sampel yang kurang luas dan hanya terfokus pada satu yayasan.



## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa/i MAN 1 Taluk Kuantan secara dominan memiliki skor yang tinggi pada variabel kepercayaan diri dan memiliki skor rendah pada variabel perilaku konsumtif, yang dimana memiliki skor kepercayaan diri tinggi sebesar 61% dari 100% subjek yang terlibat dan skor pada perilaku konsumtif pada kategori rendah sebanyak 55% dari 100% subjek yang terlibat.

Berdasarkan hasil perhitungan yang didapatkan koefisien korelasi ( $r = -0,394$ ) sedangkan nilai  $p = 0,000$  yang berarti  $< 0,05$ , dengan begitu terdapat hubungan yang negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada siswa/i MAN 1 Taluk Kuantan.

#### 5.2 Saran

Saran dalam penelitian ini yaitu penulis berharap bisa menjadi masukan dan pertimbangan bagi para pembaca serta bagi peneliti selanjutnya mengenai kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif.

##### 5.2.1 Saran Bagi Remaja

Penulis mengharapkan kepada remaja agar dapat meningkatkan rasa percaya diri walaupun dengan hal-hal kecil, seperti menjadi diri sendiri dan dapat menerima diri apa adanya. Penulis juga berharap bahwa para

remaja sanggup menjadi konsumen yang lebih berhati-hati dalam membeli, dimana lebih mementingkan kebutuhan daripada keinginan sesaat.

### **5.2.2 Saran Bagi Guru**

Penulis mengharapkan kepada guru-guru agar selalu memberikan masukan atau motivasi-motivasi yang mendukung tentang pentingnya memiliki kepercayaan diri dan memberikan masukan-masukan tentang dampak jika memiliki pola hidup yang konsumtif, serta guru-guru dapat memberikan bimbingan agar siswa/i tidak berperilaku konsumtif.

### **5.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penulis mengharapkan bagi peneliti selanjutnya agar lebih mengembangkan pada populasi dari sampel penelitian yang lebih luas dan tidak hanya terfokus pada satu yayasan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., Dewi, H., & Irfan, B. (2019). Studi komparasi tingkat kepercayaan diri (*self confidence*) siswa antar kelas homogen dengan kelas heterogen di sekolah menengah atas. *Jurnal Psikologi*, 3 (1), 43-53.
- Amri, S. (2018). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi UIN SUSKA Riau. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Diakses dari : <http://repository.uin-suska.ac.id/13567/>
- Ancok, D. (1995). *Nuansa psikologi pembangunan*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Andaryanti, B. C., & Endang, S. I. (2018) Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif terhadap pakaian pada siswi kelas IX SMAN 1 Pati. *Jurnal Empati*, 7 (4), 60-66.
- Anggraini, R. T., & Fauzan, H. S. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Journal of Psychologi*, 3 (3), 131-140.
- Aryati, A., Nuraini., & Okkiana. (2018). Pengaruh kepercayaan diri dan konformitas remaja terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XIDI SMK. *Jurnal Ekonomi*, 7 (10), 1-8.
- Universitas Psikologi. (2018, 15 Juli). *Aspek-aspek dan faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri menurut para ahli*. Diakses dari : <https://www.universitaspsikologi.com/2018/07/aspek-aspek-dan-dan-faktor-kepercayaan-diri.html>
- Deni, A. U., & Irdil. (2016). Konsep kepercayaan diri remaja putri. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2 (2), 43-52.

- Estetika, M. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif siswa perempuan kelas XII IPS. *Jurnal Pendidikan*, 6 (6).
- Fatimah, E. (2006). Psikologi perkembangan : *Perkembangan peserta didik*. Bandung : Pustaka Setia.
- Fitriyani, N., Prasetyo, B.W., & Nailul, F. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 55-68.
- Hanifah, E. F. (2018). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses dari : <http://eprints.ums.ac.id/68902/>
- Hasmayni, B. (2014). Hubungan antara kepercayaan diri dengan penyesuaian diri remaja. *Jurnal Psikologi*, 6 (2), 98-104.
- Hayati, R. (2019, 04 Juli). *Pengertian teknik analisis data, jenis, dan cara menulisnya*. PenelitianIlmiah.com. diakses dari : <https://penelitianilmiah.com/teknik-analisis-data/>
- Ifdil, I., Amandha, D.U., & Asmidir, I. (2017). Hubungan body image dengan kepercayaan diri remaja putri. *Jurnal Kajian Bimbingan dan Konseling*, 2 (3), 107-113.
- Ikatan Psikologi Perkembangan Indonesia. (2019). Bunga rampai psikologi perkembangan : *Memahami dinamika perkembangan anak*. Sidoarjo : Zifatama Jawa.
- Khodijah, S. (2017). Hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas pada teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal pada mahasiswa fekonsos UIN SUSKA Riau. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Diakses dari : <http://repository.uin-suska.ac.id/21429/>

- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13 (4), 107-118.
- Kusuma, A. R., Rizqoh, A. (2012). Hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Jurnal Psikostudia*, 1 (1), 17-30.
- Lestarina, E., Hasnah, K., Nia, F., Rani., & Desi, H. (2019). Perilaku konsumtif dikalangan remaja. *JRTI : Jurnal Riset Tindakan Indonesia*, 2 (2), 1-6.
- Maula, Z., & Erin, R. K. (2018). Hubungan antara *psychological well-being* dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada siswa pengguna go-pay yang menggunakan promo cashback di SMA Negeri 2 Semarang. *Jurnal Empati*, 8 (3), 7-14.
- Mirhan., Jeane, B.K.J. (2016). Hubungan antara percaya diri dan kerja keras dalam olahraga dan keterampilan hidup. *Jurnal Olahraga Prestasi*, 12 (1), 86-96.
- Mirza, D. A., dkk. (2019). *Milenial cerdas finansial*. Jawa Barat : CV Jejak, Anggota IKAPI.
- Murbani, B. (2010). Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma. Diakses dari : [https://repository.usd.ac.id/29001/2/069114087\\_Full%5B1%5D.pdf](https://repository.usd.ac.id/29001/2/069114087_Full%5B1%5D.pdf)
- Nasution, F. (2016). Hubungan keharmonisan keluarga dengan kepercayaan diri siswa SMK 06 PAB Medan Estate. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area. Diakses dari : <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/1043>
- Nasution, F. A. (2009). Pengaruh kecerdasan emosional dan kepercayaan diri terhadap tingkat pemahaman akuntansi mahasiswa UMSU. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 9 (2), 111-122.

Novieastari, E., Kusuma, I., & Deswani, S. R. (2020). *Dasar-dasar keperawatan*. Vol 1, (Edisi 9). Singapore : ELSEVIER, AIPNI, AIPVIKI.

Ovan., & Andika, S. (2020). *CAMI : Aplikasi uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian berbasis WEB*. Sulawesi Selatan : Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.

Pengertian variabel penelitian. Diakses dari :  
<https://gurupengajar.com/pengertian-variabel.html>

Pramudito., & Aditya. (2017). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif produk kuliner pada remaja di Yogyakarta. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Diakses dari :  
<http://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/1155/>

Reza, T. F. (2014). Hubungan antara kepercayaan diri dengan gaya hidup (*life style*) pada mahasiswa dari suku melayu Siak Riau. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Riau.

Riadi, M. (2018, 09 Juni). Pengertian, aspek, dan karakteristik perilaku konsumtif. KajianPustaka.com. diakses dari :  
<https://www.kajianpustaka.com/2018/06/pengertian-aspek-dan-karakteristik-perilaku-konsumtif.html>

Sari, K. (2014). Hubungan antara konsep diri dan kepercayaan diri pada sales promotion PT nutrifood Indonesia. *Jurnal Psikologi*, 2 (1).

Setyawati, N. (2010). Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta. Diakses dari : <http://eprints.ums.ac.id/9258/>

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.

Susanti, E. Y. (2016). Hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim

- Malang. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Diakses dari : <http://etheses.uin-malang.ac.id/3691/1/12410167.pdf>
- Syam, A., & Amri. (2017). Pengaruh kepercayaan diri (*self confidence*) berbasis kaderisasi IMM terhadap prestasi belajar mahasiswa (studi kasus di program studi pendidikan biologi fakultas keguruan dan ilmu pendidikan universitas muhammadiyah parepare). *Jurnal Biotek*, 5(1), 87-102.
- Triyaningsih, SL. (2011). Dampak online marketing melalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 11 (2), 172-177.
- Wahyuni, F., Dalifa., & Abdul, M. (2017). Hubungan antara pendidikan dalam keluarga dengan sikap rasa hormat siswa kelas IV SD Negeri 03 Kota Pagar Alam. *Jurnal PGSD*, 10 (2), 86-91.
- Widjaya, A. (2017). Hubungan antara percaya diri dengan penyesuaian sosial siswa kelas X di SMA Negeri 5 Bantul. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses dari : <https://eprints.uny.ac.id/59322/>
- Wulandari, E. (2019). Hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi fakultas ekonomi dan sosial UIN SUSKA Riau. *Skripsi*. Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Yuharyan, N. (2018). Hubungan antara body image dan konformitas terhadap perilaku konsumtif produk kosmetik pada mahasiswi fakultas ekonomi dan ilmu sosial uin suska riau. *Skripsi*. Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Diakses dari : <http://repository.uin-suska.ac.id/13946/>