

**HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA DI PEKANBARU**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Strata Satu Psikologi*



Oleh:

HENI KUSUMAWATI

178110229

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM RIAU

PEKANBARU

2021

PERSEMBAHAN

Atas Izin Allah Swt

Dan Dengan Ketulusan Serta Kerendahan Hati

Saya Persembahkan Skripsi Saya

Kepada:

Kedua Orang Tua Saya

Kakak Saya

Dan Keluarga Besar Saya

Semoga Dengan Kelulusan Ini Bisa Menjadi Kebanggaan Bapak Dan Ibu Serta Keluarga Besar Saya. Terimakasih Kepada Diri Sendiri Karena Telah Dapat Menyelesaikan Skripsi Ini Sampai Selesai.

MOTTO

NO ONE GOING TO LOVE YOU
IF YOU DON'T LOVE YOURSELF
*“Tidak ada yang akan mencintaimu
sebelum kamu mencintai dirimu sendiri”*



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim..

Segala puji dan syukur kepada ALLAH SWT yang masih memberikan rahmat serta hidayahnya, yang senantiasa memberikan kasih dan karuanianya kepada peneliti dan atas izin-Nya peneliti dapat menyusun skripsi yang berjudul **“Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Pekanbaru”**. Skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana stars 1 (S1) di fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu peneliti dengan segala hormat ingin mengucapkan terimakasih yang sebanyak-banyaknya 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 Islam Riau dan juga selaku dosen pembimbing.
3. Bapak Dr. Fikri, S.Psi., M.si 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 Herawaty, 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 Seketaris Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
8. Terimakasih kepada Ibu Dr. Leni Armayati, S.Psi., M.Psi dan Ibu Syarifah Farradina, S.Psi., M.A., Ph.D selaku tim penguji yang telah memberikan masukan dalam penyempurnaan materi penelitian ini.
9. Bapak/Ibu dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau yang tidak dapat disebutkan satu-persatu. Terimakasih atas segala dukungan, ilmu serta berbagai pengalaman yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama belajar di Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
10. Terimakasih kepada pengurus Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau yang telah membantu dalam pelayanan yang baik selama ini.
11. Terimakasih banyak kepada bapak dan ibu sudah menjadi kedua orang tua yang sangat hebat, terimakasih selalu menyertai saya dengan doa-doa baik, dukungan, perhatian serta motivasi dan kasih sayang yang tidak pernah putus kepada saya sehingga akhirnya saya bias menyelesaikan tugas akhir ini.
12. Terimakasih kepada kedua kakak saya yang selalu mendukung dan menyemangati saya dalam menyelesaikan skripsi.
13. Terimakasih kepada Lambe Squad sahabat seperjuangan saya terutama Sari Fatul Janah yang selalu ada untuk saya, Leni Rerlina, Rofiqoh Prepti Reptiana, Siti Rahmayuni, Annisa Sarah Syachriznava, Sefri Malinda, Elni Safira dan Putri Dwi Lestari yang telah memberikan semangat, dukungan,

pengalaman yang sangat berharga serta kritik dan saran yang sangat membantu saya selama proses penyelesaian skripsi ini.

14. Kepada semua pihak yang tidak bias peneliti sebutkan. Peneliti ucapkan terimakasih atas segala bantuan yang telah diberikan.
15. Last but not least, I wanna thank me I wanna thank me for believing in me,I wanna thank me for doing all this hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, for just being me at all times.

Semoga apa yang diberikan mendapat balasa yang sesuai dari TUHAN Yang Maha Esa. Penulis sangat berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan sumbangan atau pemikiran khususnya di biddang psikologi dan untuk orang lain. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang sangat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Wassalamu'Alaikum Wr.Wb

Pekanbaru, September 2021

HENI KUSUMAWATI

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERSEMBAHAN	i
MOTTO	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan Penelitian.....	10
1.4. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II.....	12
2.1. Perilaku Konsumtif.....	12
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif	12
2.1.2. Aspek - aspek Perilaku Konsumtif	14
2.1.3. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif	15
2.2. Citra Tubuh.....	17
2.2.1. Pengertian Citra Tubuh.....	17
2.2.2. Aspek Aspek Citra Tubuh (<i>Body Image</i>)	19
2.2.3. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Tubuh.....	20
2.3. Remaja.....	21
2.4. Hubungan antara citra tubuh terhadap perilaku konsumtifpada remaja	23
2.5. Hipotesis penelitian.....	24
BAB III	25

3.1. Identifikasi Variabel Penelitian	25
3.2. Definisi Operasional.....	25
3.2.1. Perilaku Konsumtif	25
3.2.2. Citra Tubuh	26
3.3. Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1. Populasi	26
3.3.2. Sampel	27
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4.1. Skala Perilaku Konsumtif.....	28
3.4.2. Skala Citra Tubuh.....	30
3.5. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	32
3.5.1. Validitas	32
3.5.2. Reliabilitas	33
3.6. Metode Analisis Data.....	33
3.6.1. Uji Normalitas	33
3.6.2. Uji Linearitas	33
3.6.3. Uji Hipotesis.....	34
BAB IV.....	35
4.1. Pelaksanaan Penelitian.....	35
4.2. Data Demografi.....	35
4.3. Hasil Analisis Data.....	36
a. Perilaku Konsumtif	37
b. Citra Tubuh	38
4.4. Hasil Uji Asumsi.....	38
a. Uji Normalitas	38
b. Uji Linearitas	39
c. Uji Hipotesis.....	40
d. Uji Koefisien Determinasi	41

4.5. Pembahasan.....	42
BAB V	46
5.1. Kesimpulan.....	46
5.2. Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA.....	48



Dokumen ini adalah Arsip Milik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Tryout	29
Tabel 3.2 Blue Print Skala Perilaku Konsumtif Setelah Tryout	30
Tabel 3.3 Blue Print Skala Citra Tubuh Sebelum Tryout	31
Tabel 3.4 Blue Print Skala Citra Tubuh Setelah Tryout	32
Tabel 4.1 Data Demografi Penelitian.....	35
Tabel 4.2 Deskripsi Data Penelitian.....	36
Tabel 4.3 Tabel Rumus Kategori	37
Tabel 4.4 Kategori Perilaku Konsumtif	37
Tabel 4.5 Kategori Citra Tubuh	38
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas	40
Tabel 4.8 Hasil Uji Korelasi Pearson.....	41
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	41

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I	52
LAMPIRAN II.....	58
LAMPIRAN III.....	64
LAMPIRAN IV	71
LAMPIRAN V	94



**HUBUNGAN ANTARA CITRA TUBUH DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA DI PEKANBARU**

HENI KUSUMAWATI

178110229

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU
FAKULTAS PSIOLOGI**

ABSTRAK

Perubahan yang dialami masa masa remaja menyebabkan remaja menjadi sangat memperhatikan citra tubuh mereka dan melakukan berbagai upaya untuk selalu meningkatkan penampilannya. Salah satu bentuk upaya yang dilakukan remaja adalah dengan melakukan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hubungan citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja di Pekanbaru dengan jumlah sampel 281 subjek. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Non-probability Sampling* dengan *jenis Convenience Sampling*. Data pada skripsi ini diperoleh melalui skala citra tubuh berjumlah 21 butir pertanyaan dan skala perilaku konsumtif berjumlah 30 butir pertanyaan. Analisis statistik ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,296 dengan nilai signifikan (p) = 0,000 ($p < 0,05$), sehingga dengan demikian hipotesis dapat diterima. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan positif dan signifikan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru.

Kata Kunci: Citra Tubuh, Perilaku Konsumtif, Remaja, Pekanbaru

**THE RELATIONSHIP BETWEEN BODY IMAGE AND CONSUMPTION
BEHAVIOR IN YOUTH IN PEKANBARU**

HENI KUSUMAWATI

178110229

RIAU ISLAMIC UNIVERSITY

FACULTY OF PSIOLOGY

ABSTRACT

Changes experienced during adolescence cause teenagers to be very concerned about their body image and make various efforts to always improve their appearance. One of the efforts made by teenagers is to carry out consumptive behavior. This study aims to determine how big the relationship between body image and consumptive behavior in adolescents in Pekanbaru. The subjects in this study were teenagers in Pekanbaru with a total sample of 281 subjects. Sampling using the technique of Non-probability Sampling with the type of Convenience Sampling. The data in this thesis were obtained through a body image scale of 21 questions and a consumptive behavior scale of 30 questions. This statistical analysis shows that there is a positive and significant relationship with a correlation coefficient (r) of 0.296 with a significant value (p) = 0.000 ($p < 0.05$), so that the hypothesis can be accepted. This shows that there is a positive and significant relationship between body image and consumptive behavior in adolescents in Pekanbaru.

Keywords: Body Image, Consumptive Behavior, Youth, Pekanbaru

ارتباط بين جترا الجسم بسلوك استهلاكي لدى المراهقين في بكنبارو

هيني كوسوماوتي

178110229

الجامعة الإسلامية الرياوية
كلية علم النفس

ملخص

كان التغيير يشعره المراهقين يثير على ارتفاع اهتمامه على جسمهم ومحاولتهم لتحسينه. من المحاولات التي يفعلونها بتطبيق سلوك استهلاكي. يهدف هذا البحث إلى معرفة ارتباط بين جترا الجسم بسلوك استهلاكي لدى المراهقين في بكنبارو. وتتكون عينة البحث على المراهقين في بكنبارو وعددهم 281 مراهق. وأخذت الباحثة بأسلوب *Non-probability sampling* بنوع *convenience sampling*. وتجمع البيانات بمقياس جترا جسم وعدده 21 بنودا ومقياس سلوك استهلاكي وعدده 30 بنودا. ودلت نتيجة تحليل البيانات على وجود ارتباط إيجابي وواقفي بنتيجة ارتباط (r) على 0.296 بنتيجة (p) signifikan $= 0.000$ ($p < 0.05$)، فتكون فرضية البحث مقبولة. أي وجود ارتباط إيجابي وواقفي بين جترا الجسم بسلوك استهلاكي لدى المراهقين في بكنبارو.

الكلمات الرئيسية: جترا جسم، سلوك استهلاكي، المراهقين، بكنبارو

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Setiap individu memiliki kebutuhan tersendiri dalam kehidupannya masing-masing, dimana semua kebutuhan tersebut berusaha dipenuhi dengan cara yang berbeda-beda. Seiring dengan majunya pengetahuan di bidang Ilmu Pengetahuan Teknologi (IPTEK) yang semakin canggih untuk memasarkan suatu produk agar menarik perhatian konsumen dan jarang individu yang tidak mengikuti perkembangannya. Pada perkembangan ini globalisasi juga membawa pengaruh yang sangat besar dalam gaya hidup dan pola konsumsi pada diri individu.

Pada umumnya, seseorang dengan aktivitas berbelanja memang tidak dapat dipisahkan. Seseorang akan berbelanja untuk memenuhi segala kebutuhannya, tetapi pada zaman sekarang ini berbelanja bukan lagi dilakukan berdasarkan untuk memenuhi kebutuhannya melainkan dilakukan hanya untuk menjadikan sebuah gaya hidup bagi sebagian orang (Khairat, Yusri & Yuliana, 2018).

Membeli barang yang sebenarnya tidak diperlukan banyak di alami oleh beberapa orang. Proses memperoleh barang juga bisa dikarenakan oleh emosional sesaat seseorang saja dan tanpa memikirkan nilai ekonomis yang dikeluarkan untuk barang yang akan didapatkan. Keinginan yang sering muncul akan menjadikan suatu kebiasaan dalam relatif waktu yang singkat serta menjadikan seseorang memiliki perilaku konsumtif.

Anggasari (1997) perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Keinginan untuk membeli barang tersebut secara berlebihan bisa jadi disebabkan oleh orang yang selalu mengedepankan gengsinya sehingga seseorang akan selalu mengikuti gaya terkini dan akan selalu berusaha mengikuti gaya tersebut tanpa memikirkan nilai ekonomis yang akan dikeluarkannya.

Sarwono (1989) menambahkan perilaku konsumtif biasanya dipengaruhi oleh faktor emosi yang dikarenakan adanya pertimbangan yang dilakukan konsumen dalam membeli barang yang lebih ditekankan oleh status sosial, *trend*, dan karena adanya kemudahan pertimbangan secara ekonomi. Hal ini juga diperkuat oleh Sumartono (2002) bahwa seseorang dengan perilaku konsumtif yang tinggi akan menggunakan produk sesuai dengan persepsi dari lingkungannya. Jika ada sesuatu yang sedang *trend* pada masanya maka orang tersebut akan dengan senangnya berperilaku konsumtif untuk mengikuti *trend* yang ada. Hal tersebut akan dilakukannya agar orang tersebut memiliki penampilan yang menarik dilingkungannya.

Adapun beberapa faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya perilaku konsumtif pada remaja terjadi dikarenakan kebiasaan keluarga dan demografi tempat tinggalnya. Remaja yang memiliki perilaku konsumtif secara tidak langsung juga dipengaruhi oleh besarnya uang saku yang diberikan oleh orang tua, modelling dari orang tuanya dan fasilitas yang tersedia di kota tempat tinggalnya seperti *mall* dan pusat perbelanjaan lainnya serta adanya pengaruh dari teman-temannya.

Tidak bisa dipungkiri bahwa pandemi seperti saat juga tidak menjadi halangan untuk para remaja dapat berbelanja secara *online* agar tetap bisa

menunjang gaya hidupnya. Walaupun pandemi bagi remaja harus tetap bisa tampil sesuai dengan *trend* masa kini. Remaja menunjukkan dirinya dengan penampilannya, oleh karenanya *fashion* ialah suatu hal yang terpenting bagi remaja. Remaja mengkonsumsi produk *fashion* karena ingin diterima oleh kelompoknya berdasarkan perasaan dan emosinya melalui penampilan.

Riset yang baru-baru ini dilakukan perusahaan layanan kredit digital Kredivo (2019) menyelenggarakan riset bersama Kata data Insight Center mengenai belanja online di Indonesia untuk tahun 2019. Mulya Amri selaku Research Director Katadata Insight Center menyatakan bahwa data penelitian langsung berasal dari Kredivo dengan sampel 10 juta transaksi di 6 *e-commerce* besar Indonesia. Riset ini mencari tahu siapa saja konsumen *e-commerce*, apa saja yang dibeli dan waktu tersibuk belanja online. Menurut riset Mulya Amri tersebut, laki-laki rata-rata dalam setahun 14 kali belanja online, sedangkan perempuan 26 kali dalam setahun, jadi hampir dua kali lipatnya. Untuk kategori produk yang dibeli, baik pria dan wanita ternyata sama-sama menghabiskan paling banyak di kategori *fashion* dan aksesorisnya. Persentasenya mencapai 22% untuk pria dan 36% untuk wanita. Kaum wanita setelah *fashion* berturut-turut paling berminat pada kategori produk kesehatan dan kecantikan, peralatan rumah tangga dan kemudian makanan. dari kelompok umur, kategori yang paling banyak belanja online adalah usia 26 sampai 25 tahun sebesar 46% diikuti rentang umur 18 sampai 25 tahun sebesar 38%. Umur yang paling jarang belanja adalah 55 tahun ke atas, persentasenya hanya 0,2%.

Sebagai anggota kelompok sosial, remaja tidak bisa lepas dari pola perilaku konsumtif, sehingga menjadikan remaja sebagai incaran berbagai produk perusahaan. Bagi produsen, kelompok usia remaja ialah sebuah pasar potensial, yang dikarenakan pola konsumsi seseorang tercipta sejak masa remajanya. Selain itu, remaja pada umumnya mudah di bujuk oleh rayuan iklan, suka ikut-ikutan, tidak praktis dan menghambur-hamburkan uang, beberapa produsen menggunakan karakteristik remaja tersebut untuk memasuki pasar remaja.

Zebua & Nurdjayadi (2001) Membeli dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang tidak dibutuhkan, namun membeli yang dilakukan karena alasan seperti hanya sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mengakui pengakuan sosial dan lain sebagainya. Permasalahan ini juga terjadi pada remaja yang ada di Kota Pekanbaru, dimana keadaan kota yang merupakan ibukota provinsi Riau dan menjadi pusat perdagangan yang ditunjang oleh adanya beberapa *mall* membuat terjadinya perilaku konsumtif dikalangan remaja. Munculnya berbagai toko yang menawarkan barang terbaru seringkali mengundang remaja untuk segera memiliki barang yang ditawarkan.

Seseorang tidak akan segan untuk membeli barang-barang yang mereka anggap menarik dan mengikuti gaya trend yang sedang populer agar selalu terlihat *fashionable*. Padahal gaya trend sendiri akan selalu berubah seiring berjalannya waktu, sehingga para remaja tidak akan pernah puas dengan produk-produk yang sudah dimiliki saat ini (Djudiyah dan Hadipranata, 2002).

Berdasarkan survei awal dengan mewawancara beberapa orang remaja yang dilakukan pada tanggal 24 Februari 2021 dengan jenis kelamin perempuan

berinisial EN berusia 20 tahun yang mengatakan bahwa “*Aku kalau lagi pergi ke mall gitu yang niat awalnya cuma mau beli apa gitu tapi nanti kalau udah di mall kadang suka lapar mata sendiri kalau ada barang yang baru atau lucu atau yang lagi ngetrend gitu pasti langsung dibeli*”. Remaja diatas menyatakan bahwa ia akan membeli barang jika mendapatkan barang yang menurutnya lucu dan sedang trend maka ia akan langsung membelinya tanpa memikirkan barang yang dibelinya tersebut dipakai atau tidak yang terpenting punya barang yang sedang trend.

Hal lain juga ditemui dari wawancara awal yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 24 Februari 2021 dengan seorang remaja berinisial IF berusia 21 tahun yang mengatakan bahwa “*yang namanya cewek siapa sih yang ngga suka belanja?kalau aku sih jujur ya yang lebih sering aku incar itu kaya baju, celana, jilbab, make up, parfum, skincare juga gitu gitu sih, karena aku tipe orang yang suka cepat tergiur kalau ada yang review barang bagus di sosmed atau dimana gitu pasti bakal langsung beli sih mau cocok ngga cocok yang penting punya, apalagi lipstik atau parfum gitu sampai numpuk juga dikamar belum sampai habis udah beli dengan merk yang lain padahal yang dipilih warna warna itu itu aja*”.Subjek kedua menyatakan bahwa ia gemar dalam membeli baju, celana, make up, parfum, skincare dan sebagainya. Ia juga mengatakan bahwa ia suka tergiur jika melihat review di media sosial, jika ada yang mereview barang yang kelihatan bagus maka ia akan langsung membelinya tanpa memikirkan barang yang akan dibelinya tersebut cocok atau tidak dia tidak peduli yang terpenting ia

memiliki barang tersebut, dan ia juga mengatakan sering membeli barang yang sejenis dengan merk yang berbeda.

Berdasarkan hasil wawancara diatas selaras dengan penelitian Hidayah (2015) yang menyatakan bahwa produk yang disukai oleh banyak orang terutama wanita remaja yaitu produk *fashion* seperti pakaian, aksesoris, *makeup* dan lain sebagainya. Kemudian penelitian Ambarwati dan Safitri (2011) yang menyatakan bahwa ada sebanyak 60% remaja di Yogyakarta memiliki perilaku konsumtif. Selanjutnya penelitian oleh Gumulya dan Widiastuti (2013) menunjukkan bahwa 48,9% remaja di Jakarta memiliki perilaku konsumtif. Sementara itu penelitian oleh Sari (2009) menunjukkan bahwa ada 64,64% remaja di Medan memiliki perilaku konsumtif.

Seseorang yang cenderung berorientasi konsumtif dan senang mencoba hal-hal baru mereka akan terus berupaya membeli produk-produk *trend* terbaru untuk mengubah penampilan mereka agar terlihat lebih menarik dan memperkuat identitas mereka di lingkungan sosial. Adanya keinginan tersebut menjadikan salah satu penyebab seseorang memiliki perasaan yang tidak pernah puas terhadap dirinya sendiri.

Ningsih dan Bawono (2016) remaja wanita akan lebih memikirkan bagaimana untuk selalu tampil cantik dan menarik. Demi menjadi cantik dan menarik, para wanita rela menghabiskan uangnya untuk membeli atribut yang mahal atau bermerek, seperti sepatu, tas, pakaian, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilannya.

Ningsih & Bawono (2016) pencitraan pada diri individu juga tidak terlepas bagaimana mereka berkeinginan untuk terlihat dan tampil cantik maupun menarik, biasanya sejak dahulu hingga saat ini tidak dapat dipungkiri penampilan merupakan salah satu hal yang seringkali mendapat perhatian khusus bagi seorang wanita. Penampilan serta kecantikan merupakan modal utama bagi mereka. Rasa cantik bagi seorang wanita dapat dikatakan merupakan sebuah kebutuhan, sehingga perkembangannya, wanita selalu mempunyai keinginan dan selalu ada kekurangan pada dirinya. Demikian, wanita akan memperbaiki kekurangan yang dimiliki menjadi konsumtif.

Windayanti & Supriadi (2019) adanya keinginan untuk tampil menarik, salah satunya disebabkan oleh adanya perasaan tidak puas serta cara pandang seseorang terhadap diri sendiri yang berhubungan dengan citra tubuh. Salah satu faktor perilaku konsumtif pada wanita adalah citra tubuh yang dimilikinya. Citra tubuh diartikan sebagai pandangan dari penampilan fisik seseorang secara keseluruhan, ketidaksesuaian antara bentuk tubuh yang dipersepsi oleh individu dengan bentuk tubuh yang menurutnya ideal akan memunculkan ketidakpuasan terhadap tubuhnya (Kusuma & Krianto, 2018).

Menurut Honigam dan Castle (2007) citra tubuh merupakan gambaran mental seseorang terhadap bentuk dan ukuran tubuhnya, bagaimana seseorang mempresepsi dan memberikan penilaian atas apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap ukuran dan bentuk tubuhnya dan atas penilaian orang lain terhadap dirinya. Citra tubuh juga akan menentukan cara pandang seseorang dalam menilai dirinya sendiri, seseorang yang dapat menerima apapun keadaan

dirinya berarti ia memiliki citra tubuh yang positif, begitupun sebaliknya jika seseorang yang tidak dapat menerima keadaan fisiknya berarti orang tersebut memiliki citra tubuh yang negatif.

Sumartono (2002) seseorang yang lebih memperhatikan citra tubuhnya dikarenakan wanita tersebut memberikan penilaian bahwa citra tubuhnya positif dan sudah mengetahui bahwa orang lain pun mengevaluasi atau citra tubuhnya sehingga ia termotivasi untuk membeli produk-produk yang lagi trend untuk menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, serta mencoba produk lebih dari dua.

Penilaian terhadap citra tubuh juga dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti tayangan dan tampilan media massa dengan menampilkan berbagai produk dapat merawat serta meningkatkan penampilan mereka sehingga hal ini dapat membawa pertentangan batin dimana kecantikan seorang wanita diidentikkan dengan penampilan fisik yang mengakibatkan banyak wanita menjadi tidak puas dan merasa rendah diri dengan penampilannya. Hal ini mengakibatkan banyak wanita semakin menilai bahwa penampilan fisik adalah hal yang paling penting. Semakin banyak wanita menilai bahwa penampilan sangat penting maka mereka akan selalu berusaha mengimbangi gaya hidup yang sedang trend pada masa itu dengan cara membeli barang untuk menunjang penampilannya.

Media massa memiliki pengaruh yang sangat besar dalam membangun kognisi pada masyarakat terutama hal yang berkaitan dengan citra tubuh seperti tayangan dan tampilan pada media massa yang menampilkan lekuk tubuh ideal

sehingga dapat mengakibatkan kecenderungan remaja untuk membandingkan bentuk tubuhnya dengan bentuk tubuh yang ada pada media massa (Bestiana, 2012). Banyaknya media yang menampilkan figure tentang remaja serta produk-produk untuk remaja dan dengan adanya ketidakpuasan dengan kondisi tubuh justru akan mempengaruhi mereka melakukan perilaku konsumtif untuk menunjang penampilannya. Sehingga menjadikan mereka semakin boros dalam mengeluarkan uang demi mendapatkan penampilan yang mereka anggap ideal. Rombe (2014).

Pada masa remaja akan terjadi perubahan secara biologis yang dilihat dari perubahan fisik yang ditandai dengan pubertas, kemudian perubahan secara kognitif yang terlihat pada pola pikir dan perubahan secara sosio-emosional dimana perubahan yang berkaitan dengan individu lain dalam berinteraksi dan kepribadian individu dalam masyarakat. Salah satu dampak psikologis dari perubahan tubuh pada masa pubertas tersebut adalah adanya perasaan cemas dengan tubuh sehingga membentuk citra tubuh mengenai kondisi tubuh mereka (Rombe, 2014).

Menurut Sari & Siregar (2012) citra tubuh adalah evaluasi atau sikap seseorang terhadap tubuhnya. Evaluasi atau sikap tersebut bisa berupa perasaan suka, puas atau positif yang ditunjukkan dengan menerima tubuhnya atau bisa berupa dengan perasaan tidak suka, tidak puas atau negatif terhadap keadaan fisiknya seperti ukuran tubuh, berat badan maupun bentuk tubuh.

Stang & Story (2005) menjelaskan bahwa terdapat banyak remaja yang tidak dapat menerima keadaan fisik mereka. Hal ini diungkapkan dalam penelitiannya

yang dilakukan pada remaja di Amerika, dimana terdapat 50% sampai dengan 88% remaja tidak puas dengan bentuk tubuhnya. Sejalan dengan penelitian Restia (2014) terdapat 22% remaja di Banda Aceh merasa tidak puas dengan tubuhnya.

Berdasarkan pemaparan diatas ketika seorang remaja tidak yakin dengan kemampuannya dan tidak bisa menerima keadaan fisiknya maka remaja akan mempersepsikan bahwa dirinya kurang ideal dalam penampilan, maka dari itu banyak remaja yang cenderung melakukan perilaku konsumtif sebagai upaya untuk meningkatkan penampilan mereka agar selalu terlihat menarik.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang dan permasalahan diatas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah ada Hubungan antara Citra Tubuh dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Pekanbaru.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat dikemukakan bahwa tujuan pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan Antara Citra Tubuh dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Pekanbaru.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian pada skripsi ini didapatkan berdasarkan dari permasalahan yang ada, maka manfaat penelitian disajikan sebagai berikut:

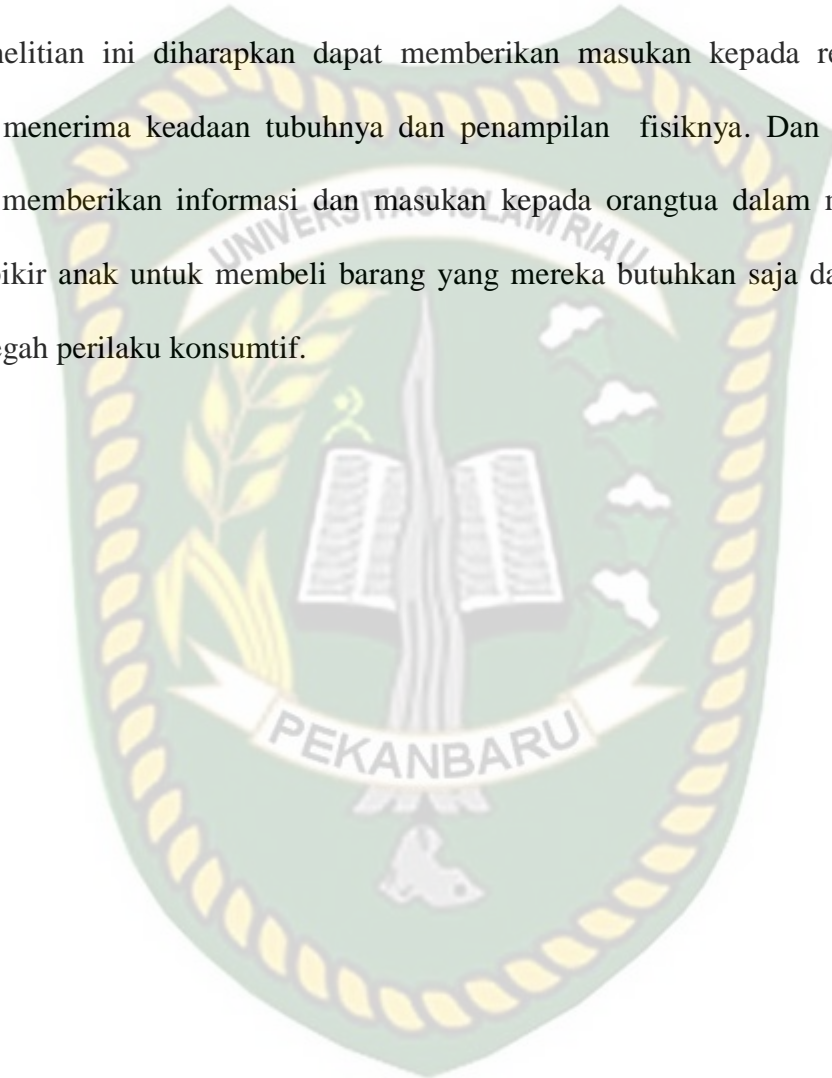
1) Manfaat Teoritis

Secara Teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta memberikan sumbangan pemikiran di berbagai bidang ilmu psikologi, terutama bidang psikologi sosial, psikologi industri dan psikologi konsumen, dan

perkembangan yakni memberikan sumbangan tentang pentingnya citra tubuh yang positif untuk mencegah perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada remaja agar dapat menerima keadaan tubuhnya dan penampilan fisiknya. Dan diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada orangtua dalam membentuk pola pikir anak untuk membeli barang yang mereka butuhkan saja dalam upaya mencegah perilaku konsumtif.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Konsumtif

2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan tindakan ketidaktuntasan seseorang dalam menggunakan suatu produk, dalam arti produk yang belum habis digunakan tetapi sudah membeli produk yang sejenis dari beberapa merk lain dengan alasan membeli barang karena tergiur dengan hadiah yang ditawarkan atau membeli produk tersebut hanya karena digunakan banyak orang (Sumartono, 2002).

Individu dengan perilaku irasional dan kompulsif akan selalu merasa belum cukup dan akan selalu mencari kepuasan dengan membeli barang-barang yang baru. Sementara itu, Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (dalam Sumartono, 2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi yang tidak terbatas dan bahwa manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Arsy (2012) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang tanpa batasan dan pertimbangan rasional ataupun mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan, dimana hal tersebut didorong oleh keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata dari kebutuhan.

Adapun perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku pembelian yang berlebihan, yaitu usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan dan kebahagiaan yang hanya bersifat semu. Jika seseorang memiliki lebih banyak

barang karena pertimbangan status maka ia merupakan individu yang konsumtif. Membeli barang hanya karena menginginkannya, bukan karena membutuhkannya secara berlebihan dan tidak wajar untuk menunjukkan status dirinya. Sama halnya dengan pendapat yang disampaikan oleh Astuti (2013) bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang cenderung dilakukan dalam bentuk membeli dan menggunakan sesuatu secara berlebihan dan lebih mengedepankan keinginan yang ada daripada kebutuhan yang sebenarnya.

Sipunga & Muhammad (2014) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu istilah dimana yang digunakan untuk seseorang yang membeli sesuatu, baik itu barang atau jasa tanpa menyesuaikan dengan kebutuhan sebenarnya. Perilaku ini lama kelamaan akan menjadikan suatu pola perilaku baru dan akan mengarah kepada perilaku yang negatif.

Selain itu menurut Prilyandani (2016) seseorang yang memiliki ciri-ciri yang dapat dikategorikan sebagai orang yang berperilaku konsumtif adalah seseorang yang belanja hanya karena ingin menjaga status sosial di masyarakat, selalu terburu-buru dalam belanja suatu barang, dan hanya melihat bentuknya saja tanpa memikirkan manfaat dan kualitas barang tersebut. Sejalan dengan pendapat menurut Veblen (2017) dimana perilaku dalam bentuk membeli serta mengkonsumsi suatu barang yang mahal atau yang tidak terlalu dibutuhkan ialah perilaku konsumtif. Dalam pembelian tersebut hanya untuk sekedar menunjukkan penghasilan dan kedudukan sosial di tengah masyarakat.

Berdasarkan beberapa definisi para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan seseorang dalam bertransaksi dan

mengonsumsi suatu barang secara berlebihan tanpa melihat terlebih dahulu apa yang dibutuhkan melainkan melihat berdasarkan apa yang diinginkannya. Hal ini juga didorong oleh keinginan seseorang untuk memenuhi kebutuhan yang semata-mata hanya untuk kesenangan.

2.1.2. Aspek - aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina & Rasyid (dalam Munazzah, 2016) mengemukakan bahwa terdapat tiga aspek aspek dalam perilaku konsumtif diantaranya yaitu:

a. Pembelian secara impulsif (*Impulsive Buying*)

Pembelian secara impulsif merupakan membeli barang yang semata-mata hanya berdasarkan keinginan secara tiba – tiba tanpa adanya pertimbangan dan perencanaan ketika ingin membelinya, serta tidak mencari terlebih dahulu kegunaan serta manfaatnya sebelum membelinya.

b. Pembelian secara tidak rasional (*Non- Rational Buying*)

Pembelian secara tidak rasional merupakan pembelian yang didasari oleh sifat emosional dan bukan karena kebutuhan seseorang melainkan karena adanya dorongan ingin mengikuti orang lain atau hanya karena gengsi agar terkesan sebagai orang yang modern.

c. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Pemborosan merupakan pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan sehingga menyebabkan seseorang menghambur- hamburkan uang untuk membeli bermacam-macam keperluan yang sebenarnya tidak sesuai dengan kebutuhan pokoknya.

Menurut Enrico dkk. (2014) terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu :

a. Pemenuhan keinginan

Secara alami keinginan yang ada pada diri individu akan bertambah terus menerus dan untuk memenuhi keinginan yang ada pada dirinya, seorang individu akan melakukan kegiatan mengkonsumsi suatu barang atau jasa. Hal ini akan menjadi masalah jika kegiatan mengkonsumsi barang atau jasa ini dilakukan secara terus menerus, berlebihan dan tanpa memikirkan kebutuhan lagi.

b. Penggunaan produk dan daya beli

Seseorang yang berperilaku konsumtif ketika ada suatu barang yang rusak akan langsung melakukan pembelian, tanpa memikirkan apakah barang tersebut masih bisa digunakan atau tidak. Hal inilah yang membuat daya beli seorang konsumen meningkat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya, namun mereka akan cenderung untuk melakukan pembelian secara berlebihan karena merasa keinginan harus dipenuhi secara terus menerus tanpa memikirkan manfaat atau tujuan dilakukannya pembelian tersebut.

c. Status sosial

Menjaga status sosialnya terkadang seseorang akan melakukan pembelian suatu barang yang sebenarnya tidak terlalu ia butuhkan dan akan membeli barang yang sebenarnya tidak ia inginkan. Hal ini dilakukan agar seseorang tersebut tidak dipandang rendah oleh masyarakat sekitarnya.

d. Gengsi

Adanya rasa takut akan pandangan masyarakat sekitar terhadap dirinya, maka seseorang akan cenderung melakukan pembelian hanya karena tidak ingin dianggap lemah dan dianggap tidak mampu oleh lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan pendapat mengenai aspek perilaku konsumtif dapat ditarik kesimpulan bahwa rasa ketidakpuasan individu dalam memiliki barang akan selalu meningkat apabila tidak ada pertimbangan yang rasional dan bukan karena kebutuhan seseorang melainkan karena adanya dorongan ingin mengikuti orang lain atau hanya karena gengsi agar terkesan sebagai orang yang modern

2.1.3. Faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Kotler (dalam Ermawati & Indriyanti, 2011) perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli tanpa berdasarkan apa yang individu butuhkan melainkan hanya berdasarkan apa yang individu inginkan. Hal ini tentu akan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

a. Faktor Budaya

a) Peran budaya

Peran budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku seseorang yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi prerefrensi dan perilaku dari keluarganya dan lembaga-lembaga penting lainnya.

b) Sub budaya

Sub budaya merupakan bagian yang lebih khas dalam masyarakat yang mengacu pada nilai dan simbol yang terdiri dari bangsa, agama, kelompok, ras dan daerah geografis.

c) Kelas sosial budaya

Pada dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial. Strata inilah biasanya terbentuk sistem kasta dimana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka.

b. Faktor Sosial

a) Kelompok acuan

Kelompok acuan merupakan kelompok yang memberikan pengaruh terhadap sikap dan perilaku individu secara langsung maupun tidak langsung dan menghadapi seseorang untuk mengikuti kebiasaan seseorang akan produk dan merk yang dibeli.

b) Keluarga

Keluarga merupakan kelompok acuan yang paling penting dan paling berpengaruh dalam membeli sesuatu karena dalam sebuah keluarga interaksi dan keputusan dalam membeli sesuatu sangatlah berpengaruh oleh anggota keluarga yang lainnya.

c) Status dan peran

Status dan peran dapat diartikan kedudukan seseorang dalam kelompok. Dalam peran terdiri dari beberapa aktivitas yang sudah diperkirakan dan

dipengaruhi perilakunya dalam membeli. Seseorang akan lebih cenderung memilih produk yang dapat mengkomunikasikan kedudukan dan peran seseorang dalam masyarakat.

c. Faktor Personal

a) Usia

Setiap orang dalam membeli barang maupun jasa pasti akan berbeda disepanjang hidupnya karena siklus hidup, kondisi keuangan dan ketertarikan terhadap suatu produk juga pasti akan berbeda-beda dalam masing –masing kelompok usia.

b) Profesi dan kondisi ekonomi

Kondisi ekonomi seseorang akan sangat berpengaruh dalam pemilihan produk yang akan digunakan untuk dirinya. Kondisi ekonomi juga tergantung dari pendapatan, tabungan serta kekayaan yang dimiliki seseorang. Profesi juga mempengaruhi pola konsumsi seseorang, tiap profesi memiliki kebutuhan yang berbeda pula dalam mengkonsumsi barang maupun jasa.

c) Kepribadian dan konsep diri

Setiap orang memiliki karakter yang berbeda sehingga mempengaruhi perilakunya dalam membeli. Kepribadian merupakan respon seseorang pada setiap stimulus dalam lingkungan. Seseorang akan cenderung melakukan konsumsi pada produk yang sesuai dengan kepribadiannya. Sedangkan konsep diri merupakan cara pandang seseorang mengenai dirinya sendiri.

d) Gaya hidup

Gaya hidup merupakan suatu konsep yang paling umum dalam memahami perilaku konsumen. Gaya hidup merupakan suatu pola rutinitas kehidupan dan aktivitas seseorang dalam menghabiskan waktu dan uang. Gaya hidup menggambarkan aktivitas seseorang, ketertarikan dan pendapat seseorang terhadap suatu hal.

Menurut Barmola & Srivastava (2019) ada beberapa faktor dalam perilaku konsumtif :

- a. Faktor internal, meliputi: kepribadian dan konsep diri, motivasi dan keterlibatan, persepsi dan pemrosesan informasi, pembelajaran & memori, dan sikap.
- b. Faktor eksternal, meliputi: budaya dan sub-budaya, kelas sosial dan kelompok sosial, keluarga dan pengaruh antar pribadi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku yang mementingkan gaya hidup dan kemewahan, dimana individu lebih mementingkan pandangan seseorang terhadap apa yang di pakai dan di bawa. Individu sering lupa bahwa yang demikian bukanlah merupakan kebutuhan akan tetapi hanya keinginan demi mendapatkan pujian dilingkungan masyarakat.

2.2. Citra Tubuh

2.2.1. Pengertian Citra Tubuh

Santrock (2011) mendefinisikan citra tubuh sebagai salah satu aspek psikologis dari perubahan fisik saat pubertas, dimana remaja terosebsi dengan

tubuh mereka dan mengembangkan gambaran dari bentuk tubuh yang mereka sukai. Citra tubuh merupakan persepsi, perasaan dan sikap individu tentang tubuhnya baik secara internal maupun eksternal terhadap karakteristik dan kemampuan fisiknya yang dipengaruhi oleh pandangan pribadi dan orang lain (Potter & Perry, 2010).

Citra tubuh secara umum menunjuk pada bagaimana tubuh seseorang berhubungan dengan memengaruhi objek lain. Secara khusus, menunjuk pada bagian dari pada konsep diri berdasarkan persepsi individual atas tubuh sendiri seseorang, juga secara luas menunjuk pada konsep diri fisik (Mappiare, 2006). Menurut Longe (2008) menjelaskan bahwa citra tubuh adalah pendapat mental seseorang atau deskripsinya sendiri tentang penampilan fisiknya, itu juga melibatkan reaksi orang lain terhadap tubuh fisik orang itu berdasarkan apa yang disarankan oleh orang tersebut.

Chaplin (2011) menjelaskan citra tubuh (*body image*) adalah ide seseorang mengenai betapa penampilan badanya menarik dihadapan orang lain. Senada dengan pendapat Papalia, Olds dan Feldman (2008) yang mendefinisikan citra tubuh sebagai keyakinan deskriptif dan evaluasi mengenai penampilan seseorang. Citra tubuh adalah konsepsi dan sikap terhadap penampilan fisik seseorang (Berk, 2012).

Menurut Cash (dalam Wiranatha & Supriyadi, 2015), citra tubuh merupakan suatu penilaian individu mengenai bentuk tubuhnya. Setiap individu mempersepsikan dan memberikan sejumlah penilaian atas apa yang di pikirkannya mengenai bentuk tubuhnya, citra tubuh merupakan aspek penting

dalam perkembangan psikologis dan interpersonal pada remaja khususnya pada remaja wanita.

Citra tubuh adalah hal yang penting dan merupakan hal pokok pada konsep diri individu. Citra tubuh merupakan suatu hal yang realistis karena dengan seseorang mampu menerima dan mencintai tubuhnya, maka dia tidak akan merasa cemas, terbebani dan merasa bebas dan hal ini dapat meningkatkan harga diri. Sikap yang menonjolkan manusia pada tubuhnya hal ini merupakan mencerminkan aspek penting yang ada pada dirinya misalkan seperti perasaan dirinya langsing atau gemuk, cantik atau tidak menarik dan lain-lain.

Berdasarkan pengertian dari beberapa ahli diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa citra tubuh adalah sikap dan pandangan yang dimiliki seseorang terhadap tubuhnya, sikap ini merupakan persepsi dan perasaan seseorang tentang ukuran tubuh, bentuk tubuh terhadap penampilan fisik mereka.

2.2.2. Aspek-Aspek Citra Tubuh

Menurut Cash dan Pruzinsky(2002) aspek dalam citra tubuh terkait antar satu aspek dengan yang lainnya yang terbagi dalam beberapa aspek pendukung diantaranya yaitu:

a. Afektif (*Affective*)

Pada aspek ini berhubungan dengan perasaan individu terhadap penampilan tubuhnya. Afektif dibangun dari keadaan fisik dan sifat cemas, dimana kebanyakan orang bertanya tanya bagaimana cara mengukur level kecemasan yang berhubungan dengan penampilan berat badan dan tidak berkaitan dengan penampilan berat badan.

b. Kognitif (*Cognitive*)

Aspek ini mengukur dan berusaha untuk melihat tentang dimensi secara lebih spesifik. Komponen kognitif merupakan suatu komponen yang berkaitan dengan citra tubuh seperti pikiran, keyakinan, masukan atau bahkan komponen kognitif yang menyimpang atau mengganggu .

c. Perilaku (*Behavior*)

Aspek perilaku merupakan respon maupun reaksi individu yang muncul dikarenakan adanya interaksi manusia dengan lingkungannya dalam bentuk pengetahuan, sikap, dan tindakan. Pada aspek ini juga membatasi perilaku individu dalam menganalisa citra tubuh dan mencegah perilaku dalam menilai orang lain, karena dalam hal menilai orang lain tidak bisa dikatakan dengan sembarangan tetapi harus dipikirkan dengan cara yang baik dan benar agar tidak menyakiti hati orang lain.

Menurut Cash (dalam Wiranatha & Supriyadi, 2015) mengungkapkan citra tubuh terbagi atas lima aspek yakni :

- a. Evaluasi penampilan merupakan seseorang mampu untuk mengevaluasi serta mengekspresikan perasaannya tentang tubuh serta penampilannya secara totalitas.
- b. Orientasi penampilan ialah kepedulian seseorang yang berhubungan dengan penampilannya serta upaya melakukan penyesuaian agar mengubah penampilannya.
- c. Adanya rasa puas seseorang terhadap bagian tubuh tertentu.

- d. Adanya rasa cemas serta gelisah pada individu jika timbangan badannya naik ataupun turun serta berupaya untuk melindungi berat badannya.
- e. Persepsi ukuran badan, pandangan seseorang terhadap berat badannya dengan membentangkan evaluasi dari berkurangnya berat badan hingga bertambah.

Berdasarkan pendapat mengenai aspek citra tubuh dapat ditarik kesimpulan bahwa citra tubuh merupakan perilaku individu dalam menganalisa tubuh serta persepsi pandangan seseorang terhadap berat badannya dan perilaku dalam menilai orang lain hal itu dilakukan agar dapat menyesuaikan dan mengubah penampilannya.

2.2.3. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Tubuh

Citra tubuh dipengaruhi oleh beberapa faktor menurut Cash dan Pruzinsky (2002), yaitu :

a. Jenis kelamin

Berdasarkan penelitian sebelumnya menyatakan bahwa wanita memiliki citra tubuh (*body image*) lebih negatif dibandingkan pria. Pria ingin memiliki tubuh yang besar agar tampil lebih percaya diri di hadapan publik serta mengikuti perkembangan zaman. Sebaliknya wanita ingin memiliki tubuh ideal sesuai standar kecantikan agar menarik perhatian pasangannya.

b. Usia

Salah satunya terjadi pada remaja dengan perubahan fisik yang signifikan menjadikan rasa tidak puas pada tubuhnya, berkembang pada awal hingga pertengahan usia remaja.

c. Media massa

Media massa membagikan gambaran ideal mengenai *role model* pria dan wanita yang dapat mempengaruhi gambaran diri individu.

d. Hubungan interpersonal

Secara umum dalam hubungan interpersonal menjadikan individu kebanyakan melakukan perbandingan diridengan orang lain dan timbal balik yang diterima mempengaruhi konsep diritermasuk membuat seseorang merasa takut dan khawatir ketika orang lain melakukan penilaian pada dirinya terhadap penampilan fisik.

2.3. Remaja

Remaja dalam bahasa aslinya disebut *adolescence* yang berasal dari bahasa Latin yang artinya tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan. Pada masa ini banyak perubahan yang terjadi baik perubahan fisik, kognitif maupun sosial. Perubahan ini akan terjadi dengan cepat tanpa kita sadari. Perubahan fisik yang menonjol merupakan perkembangan tanda-tanda pubertas, serta perubahan perilaku dan hubungan sosial dengan lingkungannya. Masa remaja adalah masa transisi dari anak-anak menjadi dewasa, yang dapat ditandai dengan perubahan yang besar dalam berbagai aspek perkembangan (Santrock, 2012).

Menurut Mapiere (dalam Ali & Asrori, 2012) masa remaja berlangsung antara usia 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita dan usia 13 sampai dengan 22 tahun bagi remaja laki-laki. Rentang usia remaja dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu usia 12/13 tahun sampai dengan usia 17/18 tahun adalah remaja awal, dan usia 17/18 tahun sampai dengan 21/22 tahun adalah remaja akhir.

Remaja adalah suatu masa individu berkembang dari saat pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan seksual. Di Indonesia batasan usia remaja berada pada rentang usia 14 sampai dengan 24 tahun. Ada tiga tahapan perkembangan pada remaja (Sarwono,2008), yaitu:

a. Remaja Awal (*Early Adolescence*)

Seorang remaja dalam tahap ini masih merasa terheran-heran akan perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri serta dorongan-dorongan yang menyertai perubahan itu. Mereka mengembangkan pikiran-pikiran baru diantaranya yaitu cepat tertarik pada lawan jenis dan mudah terangsang secara erotis. Kepekaan yang berlebihan ini ditambah dengan berkurangnya kendali terhadap ego sehingga hal ini menyebabkan remaja awal sulit mengerti dan dimengerti orang dewasa.

b. Remaja Madya (*Middle Adolescence*)

Pada tahap ini remaja sangat membutuhkan seorang teman, dimana ia akan senang jika banyak yang menyukainya. Ada kecenderungan *narcistic* yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang menyukai sifat-sifat yang sama dengan dirinya. Selain itu, ia berada dalam kondisi kebingungan karena tidak tahu harus memilih yang mana, peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimis, idealis atau materialis dan lain sebagainya.

c. Remaja Akhir (*Late Adolescence*)

Pada tahap ini merupakan masa konsolidasi menuju periode dewasa dan ditandai dengan pencapaian lima hal, yaitu:

- a) Minat yang semakin mantap terhadap fungsi intelek.
- b) Ego mencari kesempatan untuk bersatu dengan orang lain dan untuk mendapatkan pengalaman baru.
- c) Terbentuk identitas seksual yang tidak akan berubah lagi.
- d) Terlalu memusatkan perhatian pada diri sendiri diganti dengan keseimbangan antara kepentingan diri sendiri dengan orang lain.
- e) Tumbuh “dinding” yang memisahkan diri pribadinya dan masyarakat umum.

2.4. Hubungan antara citra tubuh terhadap perilaku konsumtif pada remaja

Citra tubuh akan sangat menentukan individu dalam menilai dirinya, positif atau negatif. Individu yang menilai dirinya secara positif maka individu tersebut juga akan yakin dan puas dengan kemampuan dirinya dan menerima apapun keadaan pada dirinya. Individu dengan citra tubuh negatif maka individu tersebut akan cenderung tidak yakin dan selalu tidak merasa puas dengan tubuhnya serta tidak dapat menerima keadaan fisiknya. Sloan (dalam Romansyah 2012).

Pada umumnya perilaku konsumtif cenderung dilakukan oleh remaja dikarenakan tidak adanya rasa puas dengan produk serta tubuh yang mereka miliki termasuk individu yang selalu ingin menampilkan diri secara fisik. Hal tersebut akan membuat remaja lebih sensitif dalam gambaran dan penampilan fisik seperti tubuhnya yang tidak langsing, muka berjerawat, penampilan yang kurang menarik dan sebagainya. Ketidakpuasan inilah yang pada akhirnya mendorong remaja melakukan berbagai upaya agar memiliki tampilan fisik sesuai dengan apa yang mereka inginkan sehingga menyebabkan mereka menjadi konsumtif.

Pada hasil penelitian Sitohang (2009) menunjukkan bahwa banyak remaja yang menghabiskan uang mereka hanya untuk menunjang penampilannya agar terlihat lebih menarik. Persepsi remaja yang menganggap penampilannya kurang menarik dan tidak percaya diri dengan tubuhnya akan mendorong dirinya untuk membeli dan melakukan apapun untuk tubuhnya agar selalu terlihat menarik.

2.5. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2019) merupakan sifat atau nilai dari individu, objek ataupun kegiatan yang dapat diukur dan diobservasi oleh peneliti untuk kemudian dapat dipelajari dan dijadikan kesimpulan. Pada penelitian menggunakan dua variabel yaitu variabel terikat dan variabel bebas. Berdasarkan judul penelitian, yaitu hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru. Berdasarkan uraian diatas maka variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

Variabel terikat (X) : Citra Tubuh

Variabel bebas (Y) : Perilaku Konsumtif

3.2. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel tersebut yang dapat diobservasi. Operasionalisasi variabel penelitian menyangkut serangkaian proses perubahan definisi konseptual yang lebih menekankan kepada kriteria hipotetik agar menjadi definisi operasional (Azwar, 2019). Adapun definisi operasional dari variabel terikat dan variabel bebas didalam penelitian ini adalah:

3.2.1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang dalam membeli barang atau mengkonsumsi barang secara berlebihan. Hal ini juga didorong oleh keinginan seseorang untuk memenuhi kebutuhan yang semata-mata hanya untuk

kesenangan. Perilaku konsumtif pada penelitian ini diukur menggunakan skala perilaku konsumtif yang diberikan kepada responden dalam bentuk kuesioner, jika menghasilkan nilai yang tinggi maka akan tinggi pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan, begitupun sebaliknya jika menghasilkan nilai yang rendah maka akan rendah pula perilaku konsumtif yang ditunjukkan.

3.2.2. Citra Tubuh

Citra tubuh adalah sikap dan pandangan yang dimiliki seseorang terhadap tubuhnya, sikap ini merupakan persepsi dan perasaan seseorang tentang ukuran tubuh, bentuk tubuh terhadap penampilan fisik mereka yang berupa penilaian yang positif atau negatif. Citra tubuh pada penelitian ini diukur menggunakan skala citra tubuh yang diberikan kepada responden dalam bentuk kuesioner. Jika menghasilkan nilai tinggi maka akan positif pula citra tubuh yang ditunjukkan, begitu pula sebaliknya jika menghasilkan nilai yang rendah maka akan negatif pula citra tubuh yang ditunjukkan.

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang akan ditetapkan oleh peneliti untuk kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulan. Populasi bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki objek atau subjek tersebut (Sugiyono, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja yang berada di Pekanbaru.

3.3.2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2020). Azwar (2012) mengatakan bahwa sampel merupakan bagian dari populasi, oleh sebab itu sampel harus memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Ukuran sampel tergantung dari banyaknya jumlah yang diambil dari suatu populasi. Populasi pada penelitian ini adalah remaja di kota Pekanbaru, dengan jumlah 142.774 remaja. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 281 orang yang diperoleh dari tabel isaac dengan error 10%.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik *Nonprobability Sampling* dengan jenis metode *Convenience Sampling* yaitu pengambilan sample berdasarkan pada kesediaan responden dan kemudahan untuk mendapatkan sampel. Peneliti menemukan sampel secara kebetulan lalu mencocokkan dengan karakteristik penelitian dan kemudian memberikan skala berupa google form. Pada penelitian ini, peneliti mengambil subjek berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu karakteristik usia remaja yang ditetapkan berdasarkan pendapat Santrock (2003) yang menyatakan bahwa rentang usia remaja berada pada usia 12-22 tahun. Adapun karakteristik responden yang akan dilibatkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Berdomisili di Kota Pekanbaru
- b) Remaja di Pekanbaru yang berusia 13-22 tahun
- c) Bersedia menjadi responden penelitian

3.4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan skala. Skala merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval yang ada di dalam sebuah alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam suatu pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif yang dinyatakan dalam bentuk skala (Sugiyono, 2020). Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini ada dua skala yaitu skala citra tubuh dan perilaku konsumtif. Skala citra tubuh dan perilaku konsumtif ini disusun menggunakan model skala *likert*, dan diharapkan pernyataan respon yang diberikan oleh responden adalah taraf kesetujuan dan ketidaksetujuan. Skala dalam penelitian ini menggunakan 5 kategori jawaban yaitu, Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS), Sangat Tidak Sesuai (STS).

3.4.1. Skala Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah tindakan individu dalam membeli sesuatu yang tidak terlalu diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Sumartono (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan produk secara tidak tuntas dalam artian belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang akan menggunakan produk jenis yang sama dari beberapa merk yang lain atau membeli barang karena tergiur dengan hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk hanya karena banyak orang yang menggunakannya. Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala yang disusun sendiri oleh Wardani (2019) berdasarkan teori yang disimpulkan oleh Lina & Rasyid (dalam Munazzah, 2016) yang mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif dapat diukur melalui tiga aspek, yaitu pembelian secara impulsif (*Impulsive Buying*),

pembelian secara tidak rasional (*Non- Rational Buying*), dan pemborosan (*Wasteful Buying*). Skala perilaku konsumtif ini terdiri atas 5 jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Simbol F setelah item menunjukkan bahwa aitem tersebut merupakan aitem Favorabel dan UF menunjukkan aitem Unfavorabel. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini:

Tabel 3.1
Blueprint Skala Perilaku Konsumtif (Sebelum Try Out)

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Pembelian impulsive	Membeli barang didasari keinginan sesaat	1, 2, 3, 5, 9, 11	4, 6, 7, 8, 10 , 12	12
2	Pembelian tidak rasional	Membeli barang karena gengsi terkesan sebagai orang modern agar sebagai	13, 14, 15, 19, 20 , 21	16, 17, 18, 22, 23, 24	12
3	Pemborosan	Membeli barang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas	25, 26, 27, 31, 32 , 33	28 , 29, 30, 34, 35, 36	12
Total item			18	18	36

*Ket: nomor aitem yang **dibold** merupakan aitem yang gugur*

Setelah dilakukan uji coba pada 66 subjek, maka diperoleh nilai reliabilitas yang didapatkan sebesar 0,887. Kemudian peneliti melakukan seleksi butir aitem dengan menggunakan batas nilai daya deskriminasi aitem $\geq 0,31$, apabila

aitem memiliki daya deskriminasi kurang dari 0,31 , maka aitem akan dinyatakan gugur. Setelah dilakukan seleksi butir aitem terdapat 6 aitem yang dinyatakan gugur yaitu 9, 10, 12, 20, 28, 32 maka hasil reliabilitas meningkat menjadi 0,894 dan aitem berkurang menjadi 30 aitem dari 36 aitem. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.2 dibawah ini:

Tabel 3.2
Blueprint Skala Perilaku Konsumtif (Setelah Try Out)

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			Favorable	Unfavorable	
1	Pembelian impulsif	Membeli barang didasari keinginan sesaat	1, 2, 3, 5, , 11	4, 6, 7, 8,	9
2	Pembelian tidak rasional	Membeli barang karena gengsi agar terkesan sebagai orang modern	13, 14, 15, 19, 21	16, 17, 18, 22, 23, 24	11
3	Pemborosan	Membeli barang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas	25, 26, 27, 31, 33	29, 30, 34, 35, 36	10
Total item			15	15	30

3.4.2. Skala Citra Tubuh

Citra tubuh adalah suatu penilaian individu mengenai bentuk tubuhnya, setiap individu akan mempersepsikan dan memberikan sejumlah penilaian atas apa yang di pikirkannya mengenai bentuk tubuhnya. Citra tubuh merupakan aspek penting dalam perkembangan psikologis dan interpersonal remaja

khususnya wanita (Cash dan Pruzinsky,2002). Skala yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah skala yang disusun sendiri oleh Yusman (2016) berdasarkan teori yang disimpulkan oleh Cash dan Pruzinsky (2002) mengungkapkan bahwa citra tubuh diukur melalui tiga aspek yaitu aspek afektif (*affective*), kognitif (*cognitive*) dan perilaku (*behavior*). Skala citra tubuh ini terdiri dari 5 pilihan jawaban, yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Netral (N), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Simbol F setelah item menunjukkan bahwa aitem tersebut merupakan aitem *Favorabel* dan *Unfavorabel* menunjukkan aitem *Unfavorabel*. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.3 dibawah ini:

Tabel 3.3
Blueprint Skala Citra Tubuh (Sebelum Try Out)

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Afektif	Perasaan mengenai penampilan	1, 2, 3, 4	13, 14 , 15, 16	8
2	Kognitif	Kepuasan terhadap bagian tubuh	17, 18, 19, 20	5, 6, 7, 8	8
3	Behavior	Kecemasan terhadap kondisi tubuh	9, 10, 11, 12	21, 22, 23, 24	8
Total item			12	12	24

*Ket: nomor aitem yang **dibold** merupakan aitem yang gugur*

Setelah dilakukan uji coba pada 66 subjek, maka diperoleh nilai reliabilitas yang didapatkan sebesar 0,861. Kemudian peneliti melakukan seleksi butir aitem dengan menggunakan batas nilai daya deskriminasi aitem

$\geq 0,31$, apabila aitem memiliki daya deskriminasi kurang dari 0,31, maka aitem akan dinyatakan gugur. Setelah dilakukan seleksi butir aitem terdapat 3 aitem yang dinyatakan gugur yaitu 1, 12, dan 14 maka hasil reliabilitas meningkat menjadi 0,870 dan aitem berkurang menjadi 24 aitem dari 21 aitem. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel 3.4 dibawah ini:

Tabel 3.4
Blueprint Skala Citra Tubuh (Setelah Try Out)

No	Aspek	Indikator	Item		Jumlah
			<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
1	Afektif	Perasaan mengenai penampilan	2, 3, 4	13, 15, 16	6
2	Kognitif	Kepuasan terhadap bagian tubuh	17, 18, 19, 20	5, 6, 7, 8	8
3	Behavior	Kecemasan terhadap kondisi tubuh	9, 10, 11	21, 22, 23, 24	7
Total item			10	11	21

3.5. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

3.5.1. Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2013). Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi atau *content validity* dimana dilakukan pengujian terhadap keselarasan antara aitem dengan indikator berperilaku dengan tujuan pengukuran yang sudah didapatkan dan dinilai melalui akal sehat dan penalaran yang mampu menilai

apakah isi skala sudah mendukung konstruk teoritik yang diukur atau belum (Azwar, 2017).

3.5.2. Reliabilitas

Reliabilitas merupakan hasil suatu pengukuran yang dapat dipercaya untuk mengetahui sejauh mana alat ukur memiliki konsistensi relatif apabila dilakukan pengukuran ulang pada subjek yang sama. Apabila semakin tinggi koefisien korelasi maka semakin tinggi pula reliabilitasnya (Azwar, 2019). Hal ini skor reliabilitas *Alpha Cronbach's* sehingga diketahui nilai yang diharapkan lebih dari $\geq 0,6$ atau mendekati satu yang dihitung dengan bantuan perangkat lunak *Program For Social Science* seri *21.0for Windows* (*SPSS 21.0 for Windows*).

3.6. Metode Analisis Data

3.6.1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan cara yang dilakukan untuk melihat apakah hasil pada penelitian berdistribusi dengan normal atau tidak. Apakah data yang sudah ada dapat mewakili populasi. Diharapkan pada uji normalitas atau nilai signifikannya lebih dari $\geq 0,05$ agar data tersebut bisa berdistribusi normal. Uji normalitas menggunakan teknik *kolmogrov-smirnov* dengan bantuan *SPSS 21.0 for Windows*.

3.6.2. Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan suatu rangkaian data yang dapat dikatakan linier jika nilai signifikannya lebih besar dari $\geq 0,05$ dan akan membentuk satu garis lurus. Pengujian dilakukan dengan menggunakan pengujian *test forinearity* dengan bantuan program *SPSS 21.0 for windows*.

3.6.3. Uji Hipotesis

Analisis selanjutnya yaitu uji hipotesis yang dimana harus dilakukan kedalam sebuah penelitian dengan menguji hipotesis dengan cara menguji korelasi dari *Pearson*. Analisis uji hipotesis ini digunakan untuk menguji hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru.



BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 8 Agustus 2021 hingga 25 Agustus 2021 tepatnya selama 18 hari dengan jumlah sampel 281 remaja di Pekanbaru. Pelaksanaan penelitian dilakukan dengan menyebarkan google form yang berisi skala perilaku konsumtif dan skala citra tubuh yang berjumlah 51 buah yang terdiri dari 30 aitem skala perilaku konsumtif dan 21 aitem untuk skala citra tubuh.

4.2. Data Demografi

**Tabel 4.1
Data Demografi Penelitian**

Variabel	Jumlah	Persentase
Jenis kelamin		
Laki-laki	58	32,1%
Perempuan	223	67,9%
Usia		
13-14	0	0%
15-16	8	3,1%
17-18	2	0,9%
19-20	121	43,0%
21-22	150	53,0%
Total	281	100%

Berdasarkan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 58 sampel dengan persentase 32,0% dan perempuan sebanyak 223 sampel dengan persentase 67,9%. Berdasarkan jumlah sample diatas maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel terbanyak pada penelitian ini adalah berjenis kelamin perempuan. Kemudian berdasarkan kategori usia 21-22 sebanyak 150 responden (53,3%), usia 19-20 tahun sebanyak

121 responden (43,0%), 8 responden (3,1%) masuk pada kategori usia 15-16 tahun, dan 2 responden (0,9%) untuk usia 13-14 tahun. Artinya mayoritas sampel dalam penelitian ini kebanyakan termasuk pada rentang usia 21-22 tahun yaitu sebanyak 150 dari 281 responden atau sebesar (53,3%).

4.3. Hasil Analisis Data

Setelah dilakukan penelitian maka akan diperoleh hasil terkait jawaban pada seluruh skala yang sudah diskoring dan diolah menggunakan *SPSS 21.0 for windows* sehingga dari hasil kedua data tersebut dapat peneliti uraikan dalam bentuk tabel 4.2 sebagai berikut:

Tabel 4.2
Deskripsi Data Penelitian

Variabel	Data Empirik				Data Hipotetik			
	Min	Max	Mean	SD	Min	Max	Mean	SD
Citra tubuh	45.00	95.00	72.2	11,3	21	105	63	14
Perilaku konsumtif	69.00	142.00	102.5	14,0	30	150	90	20

Berdasarkan tabel 4.2 diatas diperoleh nilai *mean* empirik untuk variabel citra tubuh yaitu sebesar 72.2 dengan standar deviasi sebesar 11,3 dan untuk variabel perilaku konsumtif diperoleh *mean* 102.5 dengan standar deviasi sebesar 14,0. Sedangkan pada skor data hipotetik untuk variabel citra tubuh yaitu sebesar 63 dengan standar deviasi 14 dan 90 dengan standar deviasi 20 untuk *mean* variabel perilaku konsumtif. Untuk mengukur nilai citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja, maka peneliti membuat kategorisasi yang digunakan untuk menggambarkan karegori respon yang terdiri dari:

Tabel 4.3
Tabel Rumus Kategori

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

a. Perilaku Konsumtif

Berdasarkan uji deskriptif yang telah dilakukan pada variabel perilaku konsumtif terdapat lima kategori yang menunjukkan respon dan dinamika dari subjek penelitian hal ini dapat dilihat pada tabel 4.4.

Tabel 4.4
Kategori Perilaku Konsumtif

Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 150$	58	20,0%
Tinggi	$95 \leq X \leq 100$	103	36,6%
Sedang	$90 \leq X \leq 95$	75	26,6%
Rendah	$85 \leq X \leq 90$	45	16,0%
Sangat Rendah	$X < 85$	-	-
Total		281	100%

Berdasarkan tabel kategorisasi variabel perilaku konsumtif diatas dapat dilihat bahwa sebagian subjek pada penelitian ini memiliki perilaku konsumtif dalam kategori tinggi sebanyak 103 dari 281 responden dengan presentase 36,6%.

b. Citra Tubuh

Berdasarkan uji deskriptif yang dilakukan pada variabel citra tubuh, terdapat lima kategori yang menunjukkan respond dan dinamika dari subjek penelitian. Hal ini dapat dilihat pada tabel 4.5.

Tabel 4.5

Kategori Citra Tubuh			
Kategori	Rentang Skor	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	$X \geq 80$	25	0,88%
Tinggi	$70 \leq X \leq 80$	128	45,5%
Sedang	$60 \leq X \leq 70$	96	34,1%
Rendah	$50 \leq X \leq 60$	28	0,99%
Sangat rendah	$X < 50$	4	0,1%
Total		281	100%

Berdasarkan tabel kategorisasi variabel citra tubuh diatas, maka dapat dilihat bahwa sebagian besar subjek pada penelitian ini memiliki pandangan citra tubuh pada kategori tinggi sebanyak 128 dari 281 responden, dengan presentase sebesar 45,5%.

4.4. Hasil Uji Asumsi

Sebelum dilakukan analisis data lebih lanjut, terlebih dahulu perlu dilakukan pengujian terhadap data yang ada. Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah data yang dimiliki sudah sesuai dengan syarat untuk melakukan uji hipotesis.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian masing-masing variabel menyebar secara normal. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan terhadap variabel citra tubuh, dan perilaku konsumtif.

Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk melihat sebaran data tersebut normal atau tidak adalah dengan teknik statistik *One sample kolmogorov-Smirnov test* dengan nilai signifikansi besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data pada variabel berdistribusi normal.

Tabel 4.6
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test

Variabel	Kolmogrov-Smirnov	P	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Y)	1.069	0,617	Normal
Citra Tubuh (X)	1.540	0,203	Normal

Berdasarkan tabel Uji Normalitas diatas maka dapat dilihat bahwa hasil nilai signifikansi (*Asymp Sig*) untuk variabel perilaku konsumtif adalah 0,617 dan untuk variabel citra tubuh adalah 0,203. Dengan demikian dapat disimpulkan sebaran data penelitian menunjukkan distribusi yang normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan linearitas dari variabel bebas dan variabel terikat. Uji linearitas yang digunakan adalah uji F, data akan dikatakan linear dengan ketentuan signifikansinya lebih kecil dari 0,00 ($p < 0,01$) atau 0,05 ($p < 0,05$).

Tabel 4.7
Hasil Uji Linearitas
Tabel ANOVA

		Sum of	Df	Mean	F	Sig.
		Squares		Square		
konsumtif * citra	Between	(Combined) 13662.988	46	297.021	1.673	.008
	Groups					
	Linearity	4832.221	1	4832.221	27.226	.000
	Deviation	8830.767	45	196.239	1.106	.311
	from					
	Linearity					
	Within	41532.293	234	177.488		
	Groups					
Total		55195.281	280			

Berdasarkan tabel Uji Linieritas diatas maka hasil yang di dapat dari uji linearitas terhadap data variabel citra diriterhadap perilaku konsumtif dengan menggunakan bantuan *SPSS 21 for windows*, diperoleh F sebesar 27,226 dengan taraf signifikan 0,000. Karena $p < 0,05$ maka hasil tersebut menunjukkan kedua variabel memiliki hubungan yang linear.

c. Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi terhadap data variabel yang telah diperoleh, maka dilakukannya analisis lebih lanjut untuk menjawab hipotesis dalam penelitian. uji hipotesis dilakukan menggunakan uji korelasi *pearson product moment* dengan menggunakan program *SPSS 21.0for windows* untuk mengetahui hubungan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif, dimana suatu variabel dinyatakan memiliki korelasi yang signifikan apabila memiliki nilai $p < 0,05$. Adapun hasil analisisnya sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Uji Korelasi Pearson

		Perilaku Konsumtif	Citra Tubuh
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	1	0,296**
	Sig. (2-tailed)		0,000
	N	281	281
Citra Tubuh	Pearson Correlation	0,296**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	
	N	281	281

Setelah dilakukan analisis data, diketahui bahwa nilai *pearson correlation* sebesar 0,296 dengan nilai signifikansi 0,000. *Pearson correlation* pada penelitian ini termasuk kedalam kategori hubungan yang kuat antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja yang artinya hasil analisis penelitian menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,296 yaitu korelasi positif yang artinya terdapat hubungan yang positif antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif. Hubungan tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi citra tubuh maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru.

d. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui kontribusi pada variabel bebas.

Tabel 4.9
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.296 ^a	.188	.184	13.43550

Dari tabel diatas diketahui nilai koefisien determinasi yang dihasilkan oleh nilai '*Adjusted R Square*' sebesar 0,184 dengan nilai *R Square* sebesar 0,188

18,8%. Jadi dapat disimpulkan bahwa dengan skor determinasi 0,188 yang artinya terdapat 18,8% hubungan citra tubuh terhadap perilaku konsumtif sedangkan 81,2% ditentukan oleh variabel lain.

4.5. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan guna untuk menguji hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru. Adapun pengumpulan datanya menggunakan 21 aitem untuk skala citra tubuh dan menggunakan 30 aitem untuk skala perilaku konsumtif yang disebarakan kepada 281 remaja di Pekanbaru. Berdasarkan hasil analisis deskriptif yang sudah dilakukan bahwa jumlah responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 58 sampel dengan persentase 32,0% dan perempuan sebanyak 223 sampel dengan persentase 67,9% dan kebanyakan termasuk pada rentang usia 21-22 tahun yaitu sebanyak 150 responden dengan persentase (53,3%).

Hasil pengujian uji normalitas variabel perilaku konsumtif dan citra tubuh diperoleh nilai dengan teknik *one sample kolmogrov-smirnov test* menunjukkan bahwa data yang didapat bersifat normal dengan nilai signifikansi sebesar 0,617 dan 0,203. Dapat ditarik kesimpulan bahwa data yang di sajikan dalam variabel berdistribusi secara normal. Setelah itu juga dilakukan uji linearitas dan memperoleh hasil 27,22 dengan signifikansi 0,000. Karena $p < 0,05$, maka dapat dikatakan kedua variabel memiliki hubungan yang linear. Hal tersebut sesuai dengan studi yang dilakukan oleh Rizky & Rachmatan (2016) bahwa kedua variabel yaitu citra tubuh dengan perilaku konsumtif berdistribusi normal, karena nilai signifikansi yang diperoleh lebih dari 0,05.

Berdasarkan hasil uji korelasi *product moment* yang sudah dilakukan dan ditemukan bahwa terdapat hubungan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan memiliki arah korelasi yang positif dengan sumbangan efektif citra tubuh terhadap perilaku konsumtif sebesar 18,8% sedangkan 81,2% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain. Hal ini bermakna bahwa variabel citra tubuh mampu menjelaskan hubungannya dengan tingkat perilaku konsumtif sebesar 18,8%. Dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utami (2014) bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif kosmetik *make up* wajah. Sumbangan efektif citra tubuh terhadap perilaku konsumtif kosmetik *make up* wajah sebesar 17,6% dan sisanya 82,4% dipengaruhi variabel lain. Mahasiswi merupakan wanita yang ingin merasa cantik dan menarik, sebagai penunjang penampilan. Keinginan yang berlebihan terhadap pemakaian kosmetik dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil perhitungan statistik dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,296 dengan nilai signifikansi 0,000, sehingga bisa dikatakan bahwa hipotesis pada penelitian ini diterima. Selajalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rizky & Rachmatan (2016) mengatakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif yang dibuktikan dengan hasil perhitungan statistik dengan nilai koefisien korelasi

sebesar 0,178 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002. Hubungan tersebut mengatakan bahwa semakin tinggi citra tubuh maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada remaja hal ini berarti jika seseorang merasa dirinya itu cantik, menarik dan merasa dirinya sempurna maka akan semakin banyak ia membeli barang-barang yang mungkin untuk menunjang penampilannya agar selalu terlihat menarik dalam lingkungan masyarakat. Hipotesis dalam penelitian ini diterima dan terdapat hubungan yang positif antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kota Banda Aceh.

Berdasarkan uraian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa citra tubuh yang positif juga dapat menimbulkan suatu perilaku baru yaitu perilaku konsumtif, dimana perilaku inilah yang akan memberikan dampak terhadap diri sendiri seperti kecanduan dalam berbelanja hal yang sebenarnya tidak dibutuhkan, membeli sesuatu hanya berdasarkan faktor keinginan dan hanya untuk mendapat pengakuan terlihat menarik dikalangan masyarakat. Dalam penelitian ini memiliki kekurangan dari berbagai sisi, sehingga memerlukan kritik dan saran yang membangun. Kekurangan pada penelitian ini terletak pada metode penelitian yang digunakan, karena adanya wabah Covid-19 yang membatasi tatap muka menjadikan cakupan populasi tidak terlalu luas sehingga peneliti menggunakan metode pengambilan data yaitu *nonprobability* sampling dengan jenis penelitian *convenience sampling*. Selain itu peneliti juga mengalami kesulitan dalam melakukan observasi secara langsung. Hal itu berdampak pada indikasi adanya 81,2% yang dipengaruhi oleh variabel lain di luar variabel efek citra tubuh sebagai variabel bebas dalam penelitian ini. Meskipun adanya kekurangan dan

keterbatasan penelitian, peneliti tetap berharap bahwa penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat kepada orang lain.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :
Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilaksanakan pada penelitian ini terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru. Hubungan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi atau semakin positif citra tubuh yang dimiliki seseorang maka perilaku konsumtif pada remaja juga akan semakin tinggi.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, adapun saran yang diungkapkan dari peneliti sebagai berikut :

1. Bagi remaja di Pekanbaru

Bagi remaja di Pekanbaru yang sudah memiliki citra tubuh yang positif diharapkan dapat mempertahankan citra tubuhnya tersebut dan perilaku konsumtif yang berada pada tingkatan tinggi ini diharapkan agar dapat dikurangi. Dan diharapkan kepada remaja agar dapat memanfaatkan uang dengan bijaksana dan lebih selektif dalam membeli sehingga membeli tidak hanya untuk dapat tampil menarik di depan umum.

2. Kepada peneliti selanjutnya

Dianjurkan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti citra tubuh dengan perilaku konsumtif pada remaja di Pekanbaru untuk dapat mempertimbangkan variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seperti harga diri, kepercayaan diri dan kelompok sebaya. Variabel

tersebut penting untuk diteliti karena perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang akan terus berkembang dan menjadi hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, R., & Moningga, C. (2012). Gambaran Perilaku Konsumtif Terhadap Sepatu Pada Perempuan Dewasa Awal. *Jurnal Psikologi*. Vol. 05. Jakarta: Universitas Bunda Mulia.
- Akdon, Dan Riduwan. (2013). Rumus Dan Data Dalam Analisis Statistika. Bandung: Alfabeta
- Ali & Asrori, M. (2012). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Ambarwati, Y., & Safitri, R. M. (2011). Hubungan Antara Kepribadian Narsistik Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remajadi Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*., 2(2), 53-101.
- Anggasari(1997) Hubungan Tingkat Religiusitas dengan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologika*
- Arsy, A. (2012). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa XI SMA Negeri Bebelan.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga Di Kota Samarinda. *Ejournal Psikologi*, 1(2), 79-83.
- Azwar, S. (2012). Penyusunan Skala Psikologi (Ke-2). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2017). Metode Penelitian Psikologi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2019). Metode Penelitian Psikologi (2nd Ed.). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Berk, I. E. (2012). *Development Through The Lifespan* Dari Prenatal Sampai Remaja (Tansisi Menjelang Dewasa). Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Bestiana, D. (2012). Citra Tubuh Dengan Konsep Tubuh Ideal Mahasiswi Fisip Universitas Airlangga Surabaya. *AntroUnairDotNet*, 1(1)
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (2002). *Body Image: A Handbook Of Theory, Research And Clinical*. New York: Gullford Publication.
- Chaplin, J. P. (2011). Kamus Lengkap Psikologi. Jakarta: Rajawali Pers.

- Djuriyah & Hadipranata. (2002). Hubungan Antara Pemantauan Diri, Harga Diri, Materialisme, Dan Uang Saku Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja. *Jurnal Psikodinamik*. 4(2), 59-72.
- Ernawati, E., & Indiyanti. (2011). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Smp Negeri 1 Puyungan. *Jurnal Spirits*, 2(11).
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 Update Pls Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11(1), 50-65.
- Hasibuan, E. (2009). Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri.
- Hidayah, W. R. (2015). Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Produk Fashion Pada Mahasiswa Putri Di Surakarta.
- Januar, V & Putri, D. E. (2011). Citra Tubuh Pada Remaja Putri Menikah Dan Memiliki Anak. *Jurnal Psikologi*. 1(1). Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan Gaya Hidup Hedonis Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi Islam*, 10(2), 130-139.
- Longe. (2008). *The Gale Encyclopedia Of Diets*. New York: The Gale Group.
- Mappiare, A. (2006). Kamus Istilah Konseling & Terapi. Jakarta: Raja Grafiis Persada.
- Munazzah, Z. (2016). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa S1 Perbankan Syariah.
- Murasmutia, A., Hardjajani, T., & Adi, A. N. (2015). Hubungan Antara Citra Tubuh Dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif. *Jurnal Psikologi*, 4(3), 206-218.

- Ningsih, A. S., & Bawono, Y. 2016. Hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri. *Jurnal Mediapsi*, 2(1), 45-50.
- Papilia, D. E., Olds, S. W., Feldman, A.G. (2010). Buku Ajar *Fundamental Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Potter, P. A., & Perry, A. G. (2010). Buku Ajar *Fundmental Keperawatan*. Jakarta: Salemba Medika.
- Priilyandani, A. (2016). Perbedaan Perilaku Konsumtif Pada Guru Madrasah Ibtidaiyah Berdasarkan Status Sertifikasi Dan Jenis Kelamin Di Kementrian Agama.
- Risky, R., & Rachmatan, R. (2016). Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Psikogenesis*, 4(2), 181-191.
- Ristia,A. (2014). Perbedaan Antara Citra Tubuh Antara Remaja Yang Melakukan Olahraga Dan Tidak Melakukan Olahraga Di Kota Banda Aceh.
- Romansyah, M. (2012). *Body Image Disorder Linked With Sport Activities To Obesity Students*. *Jurnal Stikes*, 5(2).
- Rombe, S. (2014). Hubungan Body Image Dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di SMA Negeri 5 Samarinda. *Ejournal Psikologi*, 2(1), 76.
- Santrock, J. W. (2011). *Life-Span Development (Thirteen Edition)*. New York: Mcgraw-Hill.
- Santrock, J. W. (2012). *Life-Span Development Perkembangan Masa Hidup Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Sari, S. H., & Siregar, A. R. (2012). Peran *Body Image* Dan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri Di SMA Negeri 5 Samarinda. *Jurnal Psikologi*. 2(1),76-91.
- Sari, T. Y.(2009). Hubungn Antara Perilaku Konsumtif Dengan *Body Image* Pada Remaja Putri.
- Sarwono, S. W. (2008). *Psikologi Remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Sawyer, S. M., Azzopardi, P. S., Wikremarathene, D., & George, C. P. (2018) *Viewpoint The Age Of Adolescence. The Lancet Child And Adolescent Health, 2 (18). 223-228.*
- Sipunga, P. N., & Muhammad, A. H. (2014). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Ditinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi Sma Kesatrian 2 Semarang. *Journal Of Social And Industrial Ekonomi, Vol, 2. Hal. 26.*
- Sitohang, A. (2009). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Keompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif.
- Stang, J., & Story. (2015). *Body Image And Adolescents Chapter 13. Guidelines For Adolescents Nutrition Services. 155-157.*
- Sugiyono (2020). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). Terperangkap Dlam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi (1st Ed). Bandung: Alfabeta.
- Utami, W. T. (2014) Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Perilaku Konsumtif Kosmetik Make Up Wajah Pada Mahasiswa, *Naskah Publikasi.*
- Veblen, T. (2017). *The Theory Of The Leisure Class Modern Economic Classic - Evaluation Through Time, 25-26.*
- Wahidah, N. (2013). Pengaruh Perilaku Konsumtif Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Fkip Untan.
- Wardani, P. C. (2019). Hubungan Antara Control Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Kota Pekanbaru. *Skripsi.* Fakultas Psikologi. Universitas Islam Riau.
- Windayanti, N. L. A. P. & Supriyadi. 2019. Hubungan antara citra tubuh dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Udayana. *Jurnal Psikologi Udayana, 6(1), 96-108.*
- Yusman, Y. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Citra Tubuh Pada Pengguna Instagram. *Skripsi.* Fakultas Psikologi. Universitas Islam Riau.