

**HUBUNGAN ANTARA PERILAKU KONSUMTIF DENGAN
HARGA DIRI REMAJA**



Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan S1 fakultas psikologi

Oleh:

Tazkia Isyfi Roikhani

F 100 1600 40

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
REMAJA**

Oleh :

TAZKIA ISYFLROIKHANI
F 100 160 040

Telah disetujui untuk dipertahankan
didepan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh:
Pembimbing



Achmad Dwityanto O., S.Psi, M.Si
NIK.NIDN: 805/0609106802

Tanggal 28 Mei 2021

HUBUNGAN ANTARA PERILAKU KONSUMTIF DENGAN HARGA DIRI
REMAJA

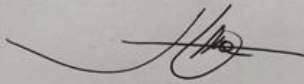
Yang diajukan oleh :

TAZKIA ISYFI ROIKHANI
F 100 160 040

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal
20 Februari 2023
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

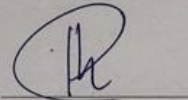
Ketua Sidang

Achmad Dwitvanto O., S.Psi., M.Si.,
Psikolog



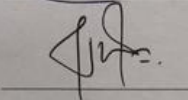
Penguji I

Taufik Katsuri, S.Psi., M.Si., Ph.D



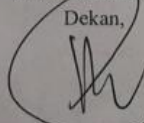
Penguji II

Lusi Nurvanti, M.Si., Ph.D., Psikolog



Surakarta, 20 Februari 2023

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Psikologi
Dekan,



Taufik Katsuri, S.Psi., M.Si., Ph.D
NIK.NIDN: 799 / 0629037401

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah publikasi ini benar – benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Yang Menyatakan

Surakarta, 13 Maret 2023



Tazkia Isyfi Roikhani

F100160040

HUBUNGAN ANTARA PERILAKU KONSUMTIF DENGAN HARGA DIRI REMAJA

Abstrak

Iklan – iklan produk saat ini sudah bisa diakses dimana – mana, terutama di media sosial. Hal tersebut memicu seseorang untuk mudah mengetahui. Remaja adalah lapisan masyarakat yang memiliki kemampuan filtrasi diri yang kurang kuat dibandingkan orang dewasa. Keingintahuan remaja terhadap suatu hal sangat tinggi. Oleh karena itu, remaja menjadi target yang empuk pemasaran produk – produk perusahaan. Remaja juga menyukai hal – hal yang baru dan cukup menantang. Hal tersebut memicu remaja terpengaruh oleh trend – trend tersebut. Tujuan untuk melakukan penelitian ini yaitu: a) untuk mengetahui hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif remaja, b) untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif remaja, c) untuk mengetahui tingkat harga diri remaja. Subjek penelitian ini adalah siswa – siswa SMK Muhammadiyah 2 Andong yang berjumlah 60 sampel. Proses pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket (kuesioner) yang dilakukan secara random kepada siswa – siswi di SMK Muhammadiyah 2 Andong via googleform. Hasil statistik korelasi antara harga diri dengan perilaku konsumtif dengan menggunakan korelasi product moment pearson r adalah sebesar 0,08 dengan $p = 0,542$. Hal ini menunjukkan tidak ada hubungan antara keduanya karena r sangat rendah dan $p > 0,05$. Tidak ada hubungan korelasi antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada siswa SMK Muhammadiyah 2 Andong.

Kata kunci : harga diri, konsumtif, remaja

Abstract

Product advertisements can now be accessed everywhere, especially on social media. This triggers someone to easily find out. Teenagers are a layer of society that has less strong self-filtration abilities than adults. Teenagers' curiosity about something is very high. Therefore, teenagers are an easy target for marketing company products. Teenagers also like things that are new and quite challenging. This triggers teenagers to be affected by these trends. The aims of this study were: a) to find out the relationship between self-esteem and adolescent consumptive behavior, b) to determine the level of adolescent consumptive behavior, c) to determine the level of adolescent self-esteem. The subjects of this study were students of SMK Muhammadiyah 2 Andong who totaling 60 samples. The data collection process was carried out by distributing random questionnaires to students at SMK Muhammadiyah 2 Andong via Googleform. The statistical results of the correlation between self-esteem and consumptive behavior using the Pearson product moment correlation were 0.08 with $p = 0.542$. This shows that there is no relationship between the two because r is very low and $p > 0.05$. There is no correlation between self-esteem and consumptive behavior in students of SMK Muhammadiyah 2 Andong.

Keyword: self-esteem, consumptive, teenager

1. PENDAHULUAN

Remaja adalah individu yang belum bisa selektif dalam memilih berbagai macam hal. Remaja merupakan individu yang menyukai hal – hal yang baru dan cukup menantang baginya. Dikarenakan ia ingin mencari jati dirinya. Iklan yang beredar pada dunia industri modern ini memicu seseorang tertarik untuk mencoba produk baru. Khususnya pada remaja, dikarenakan

banyaknya produk – produk unik dan baru mereka penasaran untuk mencoba (Apriliana & Utomo, 2019)

SMK Muhammadiyah 2 Andong merupakan sekolah yang cukup besar dan akreditasi SMK Muhammadiyah 2 Andong adalah A (Sutrisni, 2021). Menurut hasil wawancara saya melalui salah satu informan disana ada beberapa siswa yang suka ganti – ganti handphone dikarenakan terpengaruh dari teman – temannya. Ada beberapa siswa juga meminta uang saku lebih untuk sekedar berbelanja hal yang tidak terlalu penting.

Terdapat sebuah survei di lakukan oleh OTX dan The Intelligence Group terhadap 13 – 17 tahun remaja, hasil hampir setiap 10 remaja di Amerika pernah membeli produk dan jasa lewat internet. Hal tersebut menunjukkan bahwa berbelanja di *e – commerce* telah berkembang di wilayah perkotaan. (Artheswara & Sulistiawati, 2020)

Harga diri yang tinggi membantu remaja merasa berharga terhadap dirinya, merasa yakin terhadap keputusan dan tindakan yang diambil. Remaja yang memiliki harga diri rendah akan cenderung tidak dapat menghargai dirinya sendiri dan takut untuk mengambil keputusan.

Dari paparan diatas dapat diketahui bahwa rumusan masalah penelitian ini adalah “bagaimana hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif remaja?”

Tujuan penelitian yaitu: a) untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif remaja b) untuk mengetahui tingkat harga diri remaja c) untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif dengan harga diri remaja harga diri remaja.

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan serta menambah referensi khususnya di bidang sosial mengenai perilaku konsumtif dan harga diri bagi remaja yang telah diuji secara statistik.

Sementara hipotesis dari penelitian ini terdapat hubungan antara perilaku konsumtif dengan harga diri

2. METODE

Jenis penelitian ini menggunakan metode kuantitatif Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei (Maidiana, 2021) Sampel penelitian ini adalah siswa siswi SMK Muhammadiyah Andong yaitu sebanyak 910, sedangkan subjek penelitian adalah 60 orang.

Proses pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran angket (kuesioner) yang akan dilakukan oleh peneliti kepada responden di SMK Muhammadiyah 4 Andong dengan google form. Skala yang digunakan adalah skala perilaku konsumtif dan skala harga diri.

Skala perilaku konsumtif diukur melalui skala yang di susun oleh Tambunan (2001) yang meliputi aspek 1) Impulsive Buying 2) Wasteful buying 3) Non Rational Buying. Berikut ini tabel 1 blueprint dari perilaku konsumtif remaja :

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Impulsive Buying	4, 9, 25, 22, 28	1, 5, 14, 17, 10 24	
2	Wasteful Buying	2, 10, 11	3, 8, 20, 26, 8 27	
3	Non Rational Buying	7, 15, 16, 18, 19, 21	6, 12, 13, 19, 10 23	
Jumlah		14	14	28

Tabel 1 Blueprint Perilaku Konsumtif

.Harga diri diukur dengan skala yang disusun oleh Ronsenberg Self Esteem Scale oleh Rosenberg (1995) yang meliputi aspek : 1) Penerimaan diri, 2) Penghormatan diri. Berikut ini tabel 2 blueprint dari harga diri remaja :

No	Aspek	Favorable	Unfavorable	Jumlah
1	Penerimaan Diri	1, 4, 7	5, 10	5
2	Penghormatan Diri	2, 9	3, 6, 8	5
Jumlah		5	5	10

Tabel 2 Blueprint Harga Diri

2.1 Validitas dan Releabilitas

Data yang diperoleh dianalisis memanfaatkan indeks validitas yang dikemukakan oleh Aiken (Retnawati, 2016 dalam Fadhilah & Andromeda, 2020). Validitas dalam penelitian ini menggunakan perumusan Indeks Aiken's. (Retnawati, 2016 dalam Fadhilah & Andromeda, 2020).

Uji reliabilitas pada skala harga diri dan perilaku konsumtif pada penelitian ini menggunakan rumus Alpha Conbrach dimana item dalam setiap skala dikatakan reliabel

apabila $ir_{hitung} > i_{0,6}$ namun apabila $ir_{hitung} < i_{0,6}$ maka item pada skala tersebut dikatakan tidak reliabel (Amirrudin, Nasution & Supahar 2021).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada tanggal 28 Juni 2021 sampai dengan tanggal 20 Agustus 2021. Jumlah sampel penelitian yang masuk 74. Sejumlah 14 sampel gugur karena kesalahan pengisian. Sehingga subjek yang dianalisis adalah 60.

Analisis statistik data pada penelitian ini dilakukan dengan teknik product moment person.. Analisis menggunakan SPSS versi 25 dilakukan sebelum uji hipotesis.

3.1 Uji Normalitas dan Linieritas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi subjek. Data normal apabila $p > 0,05$ sebagaimana yang dipaparkan pada tabel 3 dibawah ini. Uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov.

Variabel	P	Keterangan
Harga diri (Variabel X)	0,05	Normal
Perilaku Konsumtif (Y)	0,05	Normal

Tabel 3 Uji Normalitas

Uji linieritas menentukan ada tidaknya hubungan variabel bebas perilaku konsumtif) dengan variabel tergantung (harga diri). Berdasarkan uji linieritas menggunakan perangkat lunak Spss diperoleh F pada deviation for liniarty 0,463 dan signifikasi 0,960 ($P > 0,05$) sebagaimana yang dipaparkan di tabel 4 dibawah ini.

Variabel	F	P	Keterangan
Perilaku Konsumtif (Variabel X)	0,463	0,96	Tidak Linier
Harga Diri (Y)			

Tabel 4 Uji Linieritas

Karena perhitungan tidak linier maka menggunakan analisis korelasi Pearson untuk uji hipotesis.

3.2 Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis pada penelitian adalah uji statistic menggunakan metode kolerasi Person dengan menggunakan SPSS. Versi 25. Hasil yang diperoleh adalah $r = 0,08$ dan $p = 0,542$ Nilai r 0,08 artinya korelasi kecenderungan positif tetapi sangat lemah, karena nilai r semakin mendekat nilai 1 semakin tinggi korelasinya. Nilai $p = 0,52$ berarti $p > 0,05$ yang

menunjukkan bahwa H_0 diterima, yaitu bahwa tidak terdapat hubungan antara perilaku konsumtif dengan harga diri.

Variabel	Kriteria	Norma	Kategori	Frek.	(%)
Jenjang					
Perilaku Konsumtif (X)	$X \geq (M + 1 \text{ SD})$	$X \geq 74$	Tinggi	13	21,70%
	$(M - 1 \text{ SD}) \leq X < (M + 1 \text{ SD})$	$51 \leq X < 74$	Sedang	36	60%
	$X < (M - 1,5 \text{ SD})$	$X > 51$	Rendah	11	18,30%
Harga Diri (Y)	$Y \geq (M + 1 \text{ SD})$	$Y \geq 74$	Tinggi	7	11,70%
	$(M - 1 \text{ SD}) \leq Y < (M + 1 \text{ SD})$	$51 \leq Y < 74$	Sedang	43	71,70%
	$Y < (M - 1,5 \text{ SD})$	$Y > 51$	Rendah	10	16,60%

Tabel 5 Uji Hipotesis

Hasil penelitian dari tabel 5 menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dibagi menjadi 3 kelompok yaitu kelompok perilaku konsumtif pada kategori tinggi sebesar 21,7 %, kategori sedang sebesar 60 %, dan kategori rendah sebesar 18,3 %. Jadi sebagian besar perilaku konsumtif siswa di SMK Muhammadiyah 2 Andong tergolong sedang. Pada variabel tergantung yaitu harga diri (Y) didapatkan harga diri siswa di SMK Muhammadiyah 2 Andong tergolong sedang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dan harga diri. Artinya bahwa harga diri remaja tidak dipengaruhi faktor perilaku konsumtif. Meskipun dalam penelitian ini tidak terdapat hubungan antara perilaku konsumtif dan harga diri, tetapi faktor perilaku konsumtif tetap harus diperhatikan. Perilaku konsumtif yang tinggi akan menyebabkan kerugian secara materiil dan moril.

4. PENUTUP

Tidak ada hubungan antara perilaku konsumtif dengan harga diri pada siswa SMK Muhammadiyah 2 Andong

DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyanti, Z. (2015). Hubungan Antara Konsep Diri dengan Gaya Hidup Konsumtif Siswa SMK Bhineka Karya (BK) 2 Boyolali. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*, September, p . 39.
- Artheswara, L. C. & Sulistiawati, A. (2020). Tingkat Penggunaan E-Commerce Pada Remaja di Kota dan Kabupaten. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat: JSKPM*, Agustus, Volume 4, pp. 437 - 438.
- Elisabeth, N. & Gerungan, N. (2021). Hubungan antara Pola Asuh Orang Tua dengan Harga Diri Remaja di SMK UNKLAB Airmandiri. *Klabat Journal of Nursing*, April, Volume 3, p. 53.
- Febristi, A. (2020). Hubungan Faktor Individu dengan *Self Esteem* (Harga Diri) Remaja Panti Asuhan di Kota Padanag tahun 2019. *MENARA Ilmu*, Oktober, Volume 14, pp. 9 - 10.
- Kurniawan, F. & Hasibuan, M. I. (2021). Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Usia 15-18 Tahun Di Lingkungan II Kelurahan Dwikora Helvetia. *Learning Community: Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, Volume 2, p. 40.
- Hafsyah, A. H. (2020). Pengaruh Kepuasan Konsumen, Perilaku Konsumtif, dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Transaksi *Online (e – commerce)*. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, November, Volume 1, p. 97.
- Hayati, A., Yusuf, A. & Asnah, M. B. (2020). Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior. *International Journal of Applied Counseling and Social Sciences*, Agustus, Volume 2, p. 18.
- Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan (Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed Method). (C. S. Rahayu, Ed.) Kuningan, Jakarta: Hidayatul Quran.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, & Harlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif Dikalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, Oktober, volume. 2, p 4. doi:<https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Maidiana. (2021). Penelitian Survey. *ALACRITY: Journal Of Education*). Medan, Sumatera: Universitas Islam Negeri Sumatera. doi:<https://doi.org/10.52121/alacrity.v1i2.23>
- Payadnya, P. A., & Jayantika, G. N. (2018). Panduan Penelitian Eksperimen Beserta Analisis Statistik dengan SPSS. Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta, Yogyakarta: CV Budi Utomo.

- Ramadhan, M. (2021). Metode Penelitian. (A. A. Eiffendi, Ed.) Wincolo, Surabaya: Cipta Media Nusantara (CMN).
- Sumargo, B. (2020). Teknik Sampling. Pulo Gadung, Jawa Barat, Jakarta Timur: Universitas Negeri Jakarta.
- Sutrisno, A. (2021). SMK Muhammadiyah 2 Andong Bermutu Bagi Yang Ingin Maju, Juli (A. Sutrisno, Interviewer)