

**PENGARUH IKLAN PRODUK IMPOR TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWI**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Psikologi**



Diajukan oleh :

Nimas Nastiti Putri

F.100130228

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

**Pengaruh Iklan Produk Impor Terhadap Perilaku Konsumtif pada
Mahasiswi**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Psikologi**

Diajukan oleh :

Nimas Nastiti Putri

F.100130228

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2017

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH IKLAN PRODUK IMPOR TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWI**

PUBLIKASI ILMIAH

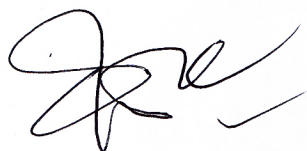
Diajukan Oleh:

Nimas Nastiti Putri

F.100130228

Telah disetujui untuk dipertahankan
didepan dewan penguji

Telah disetujui oleh :
Pembimbing



Dr. Wiwien Dinar Pratisti, M.Si, Psi

Surakarta, 28 Desember 2017

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH IKLAN PRODUK IMPOR TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF MAHASISWI

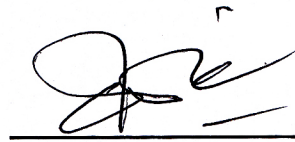
Diajukan oleh :

NIMAS NASTITI PUTRI
F.1001130228

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari 28 Desember 2017
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

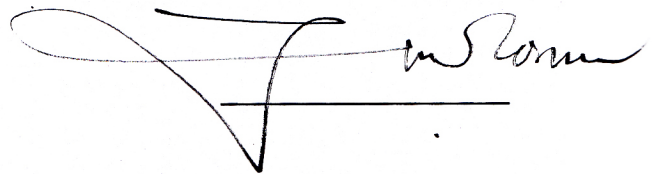
1. **Dr. Wiwien Dinar Pratisti, M.Si., Psi**
(Ketua Dewan Penguji)



2. **Achmad Dwiyanto O., S.Psi., M.Psi**
(Anggota I Dewan Penguji)



3. **Drs. Mohammad Amir, M.Si**
(Anggota II Dewan Penguji)



Surakarta, 28 Desember 2017

Dekan,




Dr. Moordiningsih, M.Si
NIK/NIDN.876/0615127401

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NIMAS NASTITI PUTRI

NIM : F100130228

Fakultas : Psikologi

Judul : **PENGARUH IKLAN PRODUK IMPOR TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI**

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan skripsi dari jasa pembuatan skripsi. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia menerima sanksi apabila melakukan plagiat dalam menyusun karya ini.

Demikian surat ini saya buat dengan segala kesungguhan. Apabila di lain waktu ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan saya, maka saya bersedia menerima konsekuensinya.

Surakarta, 28 Desember 2017

Yang menyatakan



NIMAS NASTITI PUTRI

F.100130228



FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
VISI MISI DAN TUJUAN

VISI

- Menjadi pusat pendidikan psikologi yang mendasar pada risalah islam dan budaya indonesia di tingkat nasional dan asia.

MISI

- Menyelenggarakan pendidikan psikologi ditingkat sarjana dan magister psikologi profesi,
- Mengembangkan penelitian psikologi yang mendasarkan pada risalah islam dan budaya Indonesia,
- Mengembangkan pengabdian kepada masyarakat atas dasar tanggung jawab sosial,
- Menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan, lembaga penelitian, pemerintah, dunia usaha, dan masyarakat.

TUJUAN

- Pengelolaan prodi sarjana dan magister profesi yang baik,
- Menggiatkan pusat studi psikologi Islami dan Indigeneous (CIIP),
- Meningkatkan pelayananan kepada masyarakat secara langsung maupun melalui media,
- Merintis kerjasama dengan lembaga mitra dan universitas luar negeri.

MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Q.S. Al Baqarah : 286)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S. Al Insyirah : 5)

"Banyak kegagalan dalam hidup ini dikarenakan orang-orang tidak menyadari betapa dekatnya mereka dengan keberhasilan saat mereka menyerah."

(Thomas Alva Edison)

“Tetap bersyukur dan selalu berpikir positif.”

(Penulis)

PERSEMBAHAN

*Dengan penuh syukur dan kerendahan hati, penulis persembahkan
karya sederhana ini kepada:*



***Keluarga tercinta yang selalu ada di
sisi penulis di saat suka maupun duka.***

KATA PENGANTAR



Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan dan melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar yang berjudul “Pengaruh Iklan Produk Impor terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi”. Sungguh tiada daya dan kekuatan selain dari Allah SWT, Sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah SAW.

Kelancaran penulisan skripsi ini selain atas limpahan karunia Allah SWT, juga berkat dukungan pembimbing, orang tua dan kawan-kawan. Untuk itu penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Moordiningsih, M.Si, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Ibu Dr. Wiwien Dinar Pratisti, M.Si, Psi , selaku Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, memberikan kritik dan saran serta keikhlasan dan kesabaran dalam mengarahkan proses penelitian ini kepada penulis.
3. Ibu Dra. Yayah Khisbiyah, MA, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan banyak arahan dan masukan selama penulis menempuh studi di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Seluruh staff tata usaha, biro skripsi dan olah data yang berada di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Bapak Irfan Sukrowardi, Ibu Hapsari Juariyah, Kakak Dimas Satrio Putro dan kakak Wiku Wicaksono Putro yang selalu memberikan do'a, motivasi, dukungan dan semangat yang tak henti-hentinya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tanggung jawab yang diberikan.
6. Keluarga besar trah Eyang Mintorogo dan trah Eyang Soewohadi yang sudah mendoakan penulis sehingga dapat menyelesaikan karya ini.
7. Sahabat-sahabat terbaik Dimas Cesar Dharmawan, Rizki Prastina Dewanti, Yenny Intan Anshori, Sinatrya Sarah Hakim, Ayu Widiawati, Septi Nuzulia, Tsanas Edgar Puspanagari, Devina Zahra Santoso. Terimakasih telah setia menemani penulis, berbagi suka dan duka serta selalu memberikan dukungan dan bantuan selama ini.
8. Teman-teman tercinta Tiffany S. Mahendra, Komang Ayu Tania P., Ayu Fibramantya A., Mayasari Santoso, Caesar Himajuta W. dan Alftian Yohansyah yang sangat memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan karya ini.
9. Sahabat-sahabat mahasiswa/i Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya angkatan 2013, yang telah memberi dukungan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi.
10. Seluruh partisipan yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini dengan memberikan data penelitian, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis

sebutkan satu persatu terima kasih untuk dukungan dan bantuan yang diberikan kepada penulis.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan berkah, rahmat, karunia dan hidayah-Nya atas segala budi baik yang telah diberikan. Penulis berharap semoga karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi pembaca secara umum dan secara khusus bagi mahasiswa mahasiswi Fakultas Psikologi

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Surakarta, 28 Desember 2017

Penulis

DAFTAR ISI

COVER.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
VISI MISI DAN TUJUAN.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian.....	6
C. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	17
A. Perilaku Konsumtif	17
B. Iklan Produk Impor	14
C. Pengaruh Iklan Produk Import terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi	18

D. Hipotesis	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
A. Definisi Operasional Variabel	21
B. Variabel Penelitian	21
C. Subjek Penelitian.....	23
D. Metode dan Alat Pengumpulan Data	24
E. Metode Analisis Data.....	27
F. Validitas dan Reliabilitas	28
BAB IV LAPORAN PENELITIAN	30
A. Perisiapan Penelitian	30
B. Pelaksanaan Penelitian	33
1. Penentuan Subjek Penelitian	33
2. Uji Coba Ukur Skala Perilaku Konsumtif.....	34
3. Laporan hasil Penelitian	35
4. Penyusunan Alat Ukuran dan Skoring untuk Uji Coba Hipotesis.....	35
5. Analisis Data	37
C. Pembahasan.....	39
BAB V PENUTUP.....	42
A. Kesimpulan.....	42
B. Saran	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Blue Print skala perilaku konsumtif.....	26
Tabel 2. Susunan Skala Perilaku Konsumtif.....	32
Tabel 3. Validitas Aitem setelah Expert Judgement	33
Tabel 4. Susunan Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba	35
Tabel 5. Identitas Subjek Penelitian, Skor Pretest dan Posttest	36
Tabel 6. Kategorisasi Perilaku Konsumtif	39

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 SKALA PENGUKURAN DAN BLUE PRINT	46
LAMPIRAN 2 VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	51
LAMPIRAN 3 HASIL UJI ASUMSI DAN UJI HIPOTESIS.....	56
LAMPIRAN 4 NORMA KATEGORISASI	62
LAMPIRAN 5 SURAT KETERAGAN PENYERAHAN BUKTI FISIK PENELITIAN DAN BUKTI ANALISIS DATA	64
LAMPIRAN 6 SURAT IZIN DAN SURAT KETERANGAN PENELITIAN	67
LAMPIRAN 7 INFORMED CONSENT DAN HASIL WAWANCARA.....	70
LAMPIRAN 8 PERLAKUAN IKLAN PRODUK IMPOR	94

PENGARUH IKLAN PRODUK IMPOR TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI

Nimas Nastiti Putri

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

nimasnastitiputri@gmail.com

ABSTRAK

Perubahan gaya hidup mahasiswi sekarang mengarah pada perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh iklan. Iklan merupakan sarana komunikasi pada produk yang disampaikan melalui berbagai media agar masyarakat tertarik untuk menyetujui dan mengikuti. Perilaku konsumtif pada mahasiswi berupa perilaku membeli untuk menunjukkan status sosial dan gengsi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh iklan produk impor terhadap perilaku konsumtif mahasiswi. Subjek penelitian ini berjumlah 50 orang mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta angkatan 2013 sampai 2017 berusia 18 sampai 21 tahun. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksperimen *One Group Pretest-Posttest Design*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis diterima yang ditunjukkan dari hasil teknik analisis Non-Parametrik *Mann-Whitney Test* dengan nilai Z sebesar -6,854 dengan tingkat signifikansi (p)=0,000 yang berarti ada pengaruh yang sangat signifikan dari iklan produk impor terhadap perilaku konsumtif mahasiswi yang mana iklan produk impor tersebut dapat menurunkan perilaku konsumtif mahasiswi.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif, Iklan Produk Impor, Mahasiswi

THE EFFECTS OF IMPORT PRODUCTS ADVERTISEMENT TO FEMALE COLLEGE STUDENTS' CONSUMPTIVE BEHAVIOR

Nimas Nastiti Putri

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

nimasnastitiputri@gmail.com

ABSTRACT

The change of female college students' lifestyle leads to consumer behavior that is influenced by advertisements. Advertisement is a tool of communication on products delivered through various media so that people are interested to agree and follow. Consumptive behavior on female college students is in the form of buying behavior to show their social status and prestige. The aim of this study is to determine the effect of imported product advertisement on female college students' consumptive behavior. The subject of this research is 50 students of Psychology Faculty of Muhammadiyah Surakarta University from 2013 until 2017 classes who are 18 to 21 years old. The research method used is One Group Pretest-Posttest Design experimental method. The result of this study shows that the hypothesis received is shown from the results of Mann-Whitney Test Non-Parametric analysis technique with a value of Z equal to -6.854 with significance level (p) = 0,000 which means there is a very significant influence of imported product advertisements on the female students' consumptive behavior which the imported product ads can decrease the students' consumptive behavior.

Keywords: Consumptive behavior, import products advertisement, female college students