

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA PUTRI DI SMAN 2 NGAWI**

Skripsi



Oleh :

Denny Aprillia Nanda

NIM : 11410137

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2015

**HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA PUTRI DI SMAN 2 NGAWI**

Skripsi

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Malang

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan guna Memperoleh

Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh :

Denny Aprillia Nanda

11410137

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2015**

**HUBUNGAN HARGA DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PUTRI DI SMAN 2 NGAWI**

SKRIPSI

Oleh

Denny Aprillia Nanda

11410137

Telah disetujui oleh :

Dosen Pembimbing

Dr. Ali Ridho, M.Si
NIP.19780 429 2006041001

Malang, 11 Mei 2015

Mengetahui

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag
NIP.19730710 200003 1 002

LEMBAR PENGESAHAN

HUBUNGAN HARGA DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PUTRI DI SMAN 2 NGAWI

SKRIPSI

Oleh

Denny Aprillia Nanda

11410137

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan

Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Pada Tanggal 4 Mei 2015

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

1. **Penguji Utama**
Dr. Fathul Lubabin Nuqul M.Psi
NIP : 197605122003121002
2. **Ketua Penguji**
Aris Yuana Yusuf ,Lc.,MA
NIP : 197307092000031002
3. **Sekretaris Penguji**
Dr. Ali Ridho M.Si
NIP : 197804292006041001

Mengesahkan

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag
NIP.19730710 200003 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Denny Aprillia Nanda

NIM : 11410137

Fakultas : Psikologi

Judul skripsi : “Hubungan Antara Harga Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif di SMAN 2 NGAWI”

Menyatakan bahwa skripsi tersebut adalah karya sendiri dan bukan karya orang lain, baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi.

Malang, 3 Juni 2015

Yang Menyatakan

Denny Aprillia Nanda

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, atas rahmat dan hidayah-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Karya sederhana ini kupersembahkan untuk:

1. Ibu dan Bapakku, yang telah mendukungku, memberiku motivasi dalam segala hal serta memberikan kasih sayang dan doa yang teramat besar yang tak mungkin bisa kubalas dengan apapun.
2. Para kerabat terdekat yang selalu memberikan kasih sayangnya dan memberikan dukungan beserta doanya.
3. Untuk Adikku Raihan Faiz Faadilah yang senantiasa mendoakan agar selalu diberi kemudahan
4. Sahabat-Sahabatku yang selalu memberikan kekuatan dan memberi semangat Indah, Ami, Maya, Bara, Ilham, Gilang dan lainnya tak bisa kusebut satu persatu.
5. Teman-teman Bardji Lovers yang tak luput dari bagian ini kuucapkan terimakasih untuk semuanya.
6. Teman-teman Fakultas Psikologi 2011 terimakasih kalian memang luar biasa

MOTTO

*"Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum kecuali kaum itu sendiri yang mengubah nasibnya".
(Ar-Ra'du:11)*

*"Kesulitan-kesulitan dan tantangan-tantangan hari ini adalah harga yang harus kita bayar untuk prestasi dan kemenangan hari esok".
(William J. H. Boetcker)*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi .”

Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar sarjana pendidikan bagi mahasiswa program S1 pada program studi Psikologi Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil secara langsung maupun tidak langsung kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Prof. Dr. Mudjia Raharjo, selaku Rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. MLutfi Mustofa M.Ag selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah mengesahkan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Ali Ridho M.Si selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu dan pemikirannya dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Semua dosen Fakultas Psikologi yang telah mengajarkan banyak Ilmu, terima kasih atas semua jasa Bapak dan Ibu dosen.
5. Semua pihak yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah memberikan kontribusinya dalam membantu pelaksanaan penelitian ini.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan kepada penulis menjadi amalan yang akan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Di akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak.

Malang, 3 Juni 2015

Penulis

Denny Aprillia Nanda

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	i
Halaman Judul	ii
Halaman Persetujuan	iii
Lembar Pengesahan	iv
Surat Pernyataan	v
Halaman Persembahan	vi
Motto	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abtrak	xiv
Abstract	xv
البحث مستخلص	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LATAR BELAKANG	9
B. RUMUSAN MASALAH	9
C. TUJUAN	9
D. MANFAAT PENELITIAN	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
A. PERILAKU KONSUMTIF	11
1. Definisi perilaku konsumtif	11
2. Indikator perilaku konsumtif	12
3. Alasan munculnya perilaku konsumtif	14
4. Faktor-faktor perilaku konsumtif	15
5. Perilaku konsumtif dalam islam	16
B. HARGA DIRI	18
1. Definisi harga diri	19
2. Komponen harga diri	20
3. Aspek-aspek harga diri	22
4. Faktor-faktor harga diri	23
5. Harga diri dalam islam	24
C. KONFORMITAS	27
1. Definisi konformitas	27
2. Faktor-faktor konformitas	28
3. Aspek-aspek konformitas	30
4. Bentuk-bentuk konformitas	30
5. Konformitas dalam islam	33
D. REMAJA	36
1. Definisi remaja	36
2. Karakteristik masa remaja	36
3. Tugas-tugas perkembangan masa remaja	37
4. Karakteristik umum perkembangan remaja	38

5. Perkembangan sosial remaja	41
E. Hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif	41
F. Kerangka berfikir	43
G. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Rancangan Penelitian	45
B. Identifikasi variable	46
C. Definisi operasional	47
D. Populasi, sampel dan teknik sampling	49
E. Analisa data	56
F. Validitas dan Reliabilitas	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Profil singkat SMAN 2 NGAWI	63
B. Pelaksanaan Dan Deskripsi Peneleitian	65
1. Pelaksanaan penelitian	65
2. Deskripsi hasil penelitian	65
3. Uji prasyarat	68
4. Uji hipotesis	69
C. Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 blue print perilaku konsumtif	53
Tabel 3.2 blue print harga diri	55
Tabel 3.3 blue print konformitas	56
Tabel 3.4 hasil CVR perilaku konsumtif	58
Tabel 3.5 hasil CVR harga diri	58
Tabel 3.6 hasil CVR konformitas	59
Tabel 3.7 sebaran item perilaku konsumtif	60
Tabel 3.8 sebaran item harga diri	61
Tabel 3.9 sebaran item konformitas	61
Tabel 3.10 ringkasan hasil uji reliabilitas	62
Tabel 4.1 statistik deskriptif	66
Tabel 4.2 kategorisasi subjek	67
Tabel 4.3 hasil uji normlitas	68
Tabel 4.4 hasil uji linieritas harga diri dengan perilaku konsumtif	69
Tabel 4.5 hasil uji linieritas konformitas dengan perilaku konsumtif	69
Tabel 4.6 hasil analisis korelasi harga diri dengan perilaku konsumtif	70
Tabel 4.7 hasil analisis korelasi konformitas dengan perilaku konsumtif	70

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Skala penelitian sebelum CVR :

1. Skala Perilaku Konsumtif
2. Skala harga diri
3. Skala konformitas

LAMPIRAN B Skala penelitian setelah CVR :

1. Skala Perilaku Konsumtif
2. Skala harga diri
3. Skala konformitas

LAMPIRAN C Data hasil CVR Skala :

1. Data hasil CVR Skala Perilaku Konsumtif
2. Data hasil CVR Skala harga diri
3. Data hasil CVR Skala konformitas

LAMPIRAN D Data hasil penelitian :

1. Data hasil penelitian Perilaku Konsumtif
2. Data hasil penelitian harga diri
3. Data hasil penelitian konformitas

LAMPIRAN E Uji reliabilitas dan validitas

1. Uji validitas dan reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif
2. Uji validitas dan reliabilitas Skala harga diri
3. Uji validitas dan reliabilitas Skala konformitas

LAMPIRAN E

1. Data hasil uji normalitas
2. Data hasil uji linieritas
3. Uji hipotesis
4. Hasil analisis deskriptif

LAMPIRAN F Surat bukti penelitian

ABSTRAK

Nanda, D. A. 2015. SKRIPSI. Judul : “ Hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMAN 2 Ngawi.”

Pembimbing : Dr. Ali Ridho, M.Si

Kata kunci : harga diri, konformitas, perilaku konsumtif, remaja

Remaja merupakan kelompok sasaran pemasar yang potensial, karena remaja mudah sekali terbuju oleh rayuan iklan. Remaja akan sangat mudah untuk berbelanja sehingga muncul perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif ini didasari oleh beberapa faktor, diantaranya adalah harga diri dan konformitas. Harga diri merupakan suatu evaluasi atau penilaian yang dilakukan oleh seseorang kepada dirinya sendiri. Sedangkan konformitas merupakan suatu sikap penyesuaian diri seorang individu kepada kelompok sosialnya agar dirinya bisa diterima dengan baik dalam kelompoknya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif di SMAN 2 Ngawi.

Dalam penelitian ini terdapat 97 sampel dengan teknik purposiv sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan tiga skala, yaitu skala perilaku konsumtif, skala harga diri dan skala konformitas. Skala perilaku konsumtif terdiri dari 25 item valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,916. Skala harga diri terdiri dari 15 item valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,843. Skala konformitas terdiri dari 10 item valid dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,774.

Hasil kategorisasi menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif, harga diri dan konformitas berada pada kategori tinggi. Tingkat perilaku konsumtif berada dalam kategori tinggi dengan prosentase sebesar 93 %. Tingkat harga diri berada dalam kategori tinggi dengan prosentase sebesar 96 %. Tingkat konformitas berada dalam kategori tinggi dengan prosentase sebesar 95 %.

Hasil analisa menggunakan *correlation pearson* menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang kecil dan tidak signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif, karena nilai p yang dihasilkan adalah $0,254 p > 0,05$. Sedangkan pada variabel konformitas menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Nilai p yang dihasilkan sebesar 0,000 hal ini berarti nilai $p < 0,05$ dan menunjukkan adanya hubungan yang positif.

ABSTRACT

Nanda, DA 2015. Thesis. Title: "The Relationship Between Self-Esteem and Conformity with Consumptive Behavior in Female Teenagers at SMAN 2 Ngawi."

Advisor: Dr. Ali Ridho, M.Si

Keywords: Dignity, Conformity, Consumptive Behavior, Teenagers

Teenagers are the target group of potential marketers because they are easily persuaded by advertisement. Teenagers will easily spend their money to shop and it triggers consumptive behavior. This consumptive behavior is influenced by several factors, including self-esteem and conformity. Self-esteem is an evaluation or assessment conducted by a person concerning himself. Meanwhile, conformity is an adjustment of individual's attitude to the social group in order to be well accepted in the group. This study aims to determine the relationship between self-esteem and conformity with the consumptive behavior in SMAN 2 Ngawi.

There are 97 samples treated using purposive sampling technique. The data are collected through three scales, namely consumptive behavior, self-esteem and conformity scale. The consumptive behavior scale consists of 25 items with a valid reliability coefficient of 0.916. Self-esteem scale consists of 15 items with a valid reliability coefficient of 0.843. Conformity scale consists of 10 items with a valid reliability coefficient of 0.774.

The categorization results show that the level of consumptive behavior, self-esteem and conformity are classified into the high category. The level of consumptive behavior is included in the high category with a percentage of 93%. The level of self-esteem is included in the high category with a percentage of 96%. The level of conformity is also included in the high category with a percentage of 95%.

The results of analysis employing *Pearson correlation* show that there is a minor and insignificant negative relationship between the self-esteem and consumptive behavior since the obtained p value is $0.254 > 0.05$. Whereas, the conformity variables show a significant positive relationship between conformity and consumptive behavior. The p value obtained is 0.000 which means that the value of $p < 0.05$ and it shows a positive relationship.

مستخلص البحث

نندى د. أ، ٢٠١٥، العلاقة بين سمعة النفس و الوعي الإجتماعي مع السلوك الشرائي عند الشباب في المدرسة الثانوية الحكومية ٢ غاوي. البحث الجامعي، كلية علم النفس بجامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانق. المشرف : الدكتور علي رضى الماجستير
الكلمات الأساسية : سمعة النفس، الوعي الإجتماعي، السلوك الشرائي، الشباب.

الشباب هي فئة مستهدفة للتسويقات الإمكانية، لأنهن يخدعن الإعلان بسهولة. الشباب هن أكثر سهولة للتسويق حتى يظهر السلوك الشرائي. يستند هذا السلوك الشرائي إلى العوامل، منها سمعة النفس و الوعي الإجتماعي. سمعة النفس هي تقييم و تقويم يفعلهما الشخص لنفسه. فالوعي الإجتماعي هو موقف تعديل النفس لشخص لفيئاته الإجتماعية لكي يقبلوه في مجموعتهم بقبول حسن. يهدف هذا البحث لمعرفة العلاقة بين سمعة النفس و الوعي الإجتماعي مع السلوك الشرائي في المدرسة الثانوية الحكومية ٢ غاوي.

في هذه الدراسة توجد ٩٧ عينة بتقنية أخذ العينان الهادفة. وأما جمع البيانات في هذا البحث فيستخدم ثلاثة جداول، هي جدول السلوك الشرائي، جدول سمعة النفس و جدول الوعي الإجتماعي. يتكون السلوك الشرائي من ٢٥ بندا صدقا بدرجة الدقة ٩١٦،٠. يتكون جدول سمعة النفس من ١٥ بندا صدقا بدرجة الدقة ٨٤٣،٠. ويتكون جدول الوعي الإجتماعي من ١٠ بنود صدقة بدرجة الدقة ٧٧٤،٠.

ونتيجة التصنيف تدل على أن درجة السلوك الشرائي، سمعة النفس و الوعي الإجتماعي في فئة عالية. درجة السلوك الشرائي في فئة عالية بالنسبة المئوية بمعدل ٩٣%. درجة سمعة النفس في فئة عالية بالنسبة المئوية بمعدل ٩٦%. ودرجة الوعي الإجتماعي في فئة عالية بالنسبة المئوية بمعدل ٩٥%.

نتجة التحليل باستخدام ارتباط الشخصية تدل على وجود العلاقة السلبية الصغيرة و غير هامة بين سمعة النفس مع السلوك الشرائي، لأن درجة ف المحسولة هي ٢٥٤،٠ (ف < ٠٥،٠). وأما متغير الوعي الإجتماعي يدل على وجود علاقة إيجابية هامة بين الوعي الإجتماعي مع السلوك الشرائي. درجة ف المحسولة هي ٠٠٠،٠. هذه الحالة تعني درجة ف > ٠٥،٠. وتدل على وجود العلاقة الإيجابية.