

LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Penelitian

Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

No.	Pernyataan
1	Saya menghabiskan waktu berjam-jam di TikTok dengan mengorbankan waktu belajar/berkerja
2	Saya lebih suka mengakses TikTok berjam-jam daripada tidur.
3	Sebelum tidur, saya mengecek TikTok sekali lagi.
4	Menonton postingan TikTok baik untuk mengatasi rasa bosan
5	Ketika saya bosan, saya sering menonton konten di TikTok.
6	Jika saya bosan, saya membuat konten di TikTok.
7	Saya tidak merasa bosan saat menonton konten di Tiktok walaupun dengan waktu berjam-jam.
8	Saya merasa sangat bosan apabila tidak membuat konten di TikTok
9	Saya merasa tidak enak jika tidak memeriksa TikTok setiap hari.
10	Saya menghabiskan lebih banyak waktu di TikTok daripada yang saya inginkan.
11	Saya sering mencari koneksi Internet untuk mengunjungi TikTok
12	Setiap hari saya selalu menggunakan media sosial TikTok
13	Saya merasa tidak bersemangat ketika tidak mengakses TikTok dalam seminggu penuh
14	Saya menggunakan hari libur saya untuk bermain TikTok seharian penuh
15	Saya suka menyempurnakan profil TikTok saya
16	Saya suka membuat orang lain melihat profil TikTok saya
17	Saya suka mengeksplor diri saya saat menggunakan media sosial TikTok
18	Saya suka ketika orang-orang memperhatikan profil TikTok saya
19	Saya hanya mengupload konten yang membuat terlihat keren di media sosial TikTok
20	Saya mencari perhatian melalui konten yang saya upload di TikTok
21	Saya selalu menunjukkan bahwa saya mengikuti tren yang sedang trending
22	Saya selalu mengupload foto/video terbaru di media sosial TikTok
23	Saya merasa hebat ketika konten yang saya upload di media sosial TikTok mendapatkan like dan viewers yang banyak(FYP).

Instrumen Perilaku Konsumtif

No.	Pernyataan
1	Saya segera membeli produk ditawarkan secara live di TikTok
2	Saya segera membeli produk yang muncul di FYP TikTok
3	Saya segera membeli produk direkomendasikan oleh Mutual TikTok
4	Saya segera membeli produk ditawarkan di TikTok shop flash sale

No.	Pernyataan
5	Saya merasa cemas apabila gagal membeli produk yang ditawarkan secara live oleh influencer tiktok
6	Saya merasa cemas apabila gagal membeli produk yang ditawarkan dengan harga murah
7	Saya merasa cemas apabila gagal membeli produk yang muncul di FYP TikTok
8	Saya merasa cemas apabila gagal membeli produk yang ditawarkan dengan jumlah produk yang terbatas
9	Saya tertarik membeli produk yang bisa melengkapi koleksi barang yang dipunya
10	Saya menjadi bersemangat membeli produk yang ditawarkan dengan potongan harga yang besar
11	Saya menjadi bersemangat membeli produk yang muncul di FYP TikTok
12	Saya tertarik untuk membeli produk yang ada di konten racun TikTok
13	Kondisi keuangan bukan menjadi masalah asalkan saya berhasil membeli produk yang saya inginkan
14	Saya suka membeli barang tanpa berpikir kegunaan produk tersebut
15	Saya suka membeli barang yang menarik perhatian padahal saya tidak membutuhkannya
16	Saya mengabaikan kerugian yang ditimbulkan ketika saya membeli banyak produk yang saya sukai
17	Saya membeli produk pada akun TikTok shop yang saya inginkan meskipun produk tersebut tidak terlalu penting.
18	Saya merasa gengsi bila gagal membeli produk yang saya inginkan pada online shop di TikTok
19	Saya merasa gengsi bila setiap bulan tidak membeli produk dengan model baru
20	Saya membeli produk pada online shop di TikTok sesuai dengan trend terkini agar terlihat keren
21	Saya tidak peduli dengan harga barang, saya tetap membeli agar terlihat trendy
22	Membeli barang dengan merk ternama menjadi sebuah keharusan untuk saya
23	Saya suka membeli barang dengan merk ternama walaupun saya menghabiskan seluruh uang saya
25	Saya tertarik membeli barang dengan merk ternama walaupun tidak original
26	Saya akan merasa ketinggalan zaman apabila saya teringat belum membeli produk yang saya inginkan di TikTok
27	Saya selalu merasa puas setelah membeli produk yang saya inginkan di TikTok walaupun dengan harga mahal
28	Saya rela menghabiskan uang agar saya bisa membeli barang yang diinginkan

No.	Pernyataan
29	Keinginan untuk membeli barang membuat saya mengabaikan kondisi finansial
30	Saya lebih suka berbelanja dibandingkan menabung
31	Saya rela menghabiskan biaya hidup untuk membeli barang yang saya inginkan
32	Saya suka meminjam uang agar saya bisa membeli produk yang diinginkan
33	Berbelanja menjadi hal yang akan saya lakukan ketika saya punya uang saku/gaji

Lampiran 2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Variabel

Validasi Instrumen Perilaku Konsumtif (Y)

No	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0.639	0.329	Valid
2	0.771	0.329	Valid
3	0.598	0.329	Valid
4	0.698	0.329	Valid
5	0.816	0.329	Valid
6	0.881	0.329	Valid
7	0.847	0.329	Valid
8	0.748	0.329	Valid
9	0.762	0.329	Valid
10	0.744	0.329	Valid
11	0.794	0.329	Valid
12	0.416	0.329	Valid
13	0.879	0.329	Valid
14	0.683	0.329	Valid
15	0.780	0.329	Valid
16	0.680	0.329	Valid
17	0.893	0.329	Valid
18	0.849	0.329	Valid
19	0.843	0.329	Valid
20	0.831	0.329	Valid
21	0.860	0.329	Valid
22	0.829	0.329	Valid
23	0.803	0.329	Valid
24	0.635	0.329	Valid
25	0.521	0.329	Valid
26	0.775	0.329	Valid
27	0.683	0.329	Valid

28	0.809	0.329	Valid
29	0.702	0.329	Valid
30	0.754	0.329	Valid
31	0.761	0.329	Valid
32	0.861	0.329	Valid
33	0.428	0.329	Valid

Reliabilitas Instrumen Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of items
0.946	33

Validasi Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial

No	Rhitung	Rtabel	Keterangan
1	0.500	0.329	Valid
2	0.789	0.329	Valid
3	0.549	0.329	Valid
4	0.313	0.329	Tidak Valid
5	0.152	0.329	Tidak Valid
6	0.150	0.329	Tidak Valid
7	0.561	0.329	Valid
8	0.535	0.329	Valid
9	0.678	0.329	Valid
10	0.606	0.329	Valid
11	0.375	0.329	Valid
12	0.435	0.329	Valid
13	0.600	0.329	Valid
14	0.590	0.329	Valid
15	0.624	0.329	Valid
16	0.508	0.329	Valid
17	0.618	0.329	Valid
18	0.607	0.329	Valid
19	0.603	0.329	Valid
20	0.511	0.329	Valid

21	0.637	0.329	Valid
22	0.670	0.329	Valid
23	0.486	0.329	Valid
24	0.467	0.329	Valid
25	0.650	0.329	Valid
26	0.603	0.329	Valid

Reliabilitas Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of items
0.824	23

Lampiran 3. Kisi Kisi Instrumen

Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif (Y)

No	Dimensi	Indikator	No butir	
			(+)	(-)
1	Pembelian Impulsif (<i>Impulsive Buying</i>)	a. Membeli produk secara tiba-tiba	1,2,3,4,5,6,7, 8,9,10,	-
		b. Memiliki kecemasan terhadap produk yang ditawarkan secara berulang	11,12,13, 14,15,16	-
		c. Memiliki ketertarikan dan rasa ingin membeli pada produk yang ditawarkan		-
		a. Memiliki ketidakpedulian terhadap akibat setelah membeli produk		-
2	Pembelian Non Rasional (<i>Non-Rational Buying</i>)	c. Mengutamakan perasaan gengsi daripada kebutuhan	17,18,19,20, 21,22,23,24,25	
		a. Mengutamakan barang yang bisa meningkatkan status sosial		

No	Dimensi	Indikator	No butir
3	Pemborosan (<i>Wasteful Buying</i>)	c. Menghamburkan uang hanya untuk memuaskan keinginan a. Tidak punya kontrol terhadap keuangan	26,27,28,29, 30,31,32,33
Jumlah			30
			3

Sumber: (Miranda & Lubis, 2017)

Kisi-Kisi Instrumen Intensitas Penggunaan Media Sosial (X)

No	Dimensi	Indikator	No butir
			(+) (-)
1	Durasi	a. Menggunakan media sosial secara berlebihan b. Mengakses media sosial menjadi sarana untuk melepaskan kebosanan	1,2,3,4,5,6,7, 8, - -
2	Frekuensi	a. Tekun dalam menggunakan media sosial	9,10,11,12,13,14,
3	Ekspresi diri	a. Selalu memperdulikan citra diri di media sosial	15, 16,17,18,19,20,21, 22,23.
Jumlah			23

Sumber: (Orosz et al., 2016)

Lampiran 4. Data Hasil Penelitian**DATA HASIL PENELITIAN INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL****TikTok (X) DAN PERILAKU KONSUMTIF REMAJA (Y)**

NO	X	Y
1	86	96
2	83	88
3	64	63
4	29	42
5	46	43
6	56	61
7	64	72
8	38	42
9	58	70
10	44	43
11	54	56
12	38	49
13	56	63
14	35	46
15	82	69
16	67	65
17	62	62
18	66	61
19	63	56
20	56	45
21	71	63
22	56	48
23	55	50
24	64	74
25	54	43
26	56	61
27	40	52
28	65	69
29	62	70
30	55	72
31	51	56
32	48	80
33	40	46
34	66	71
35	53	70
36	38	53
37	65	69
38	59	45
39	60	75
40	71	52
41	51	65
42	63	45

NO	X	Y
43	29	63
44	78	71
45	50	48
46	66	71
47	49	72
48	59	77
49	56	73
50	29	42
51	64	63
52	57	69
53	54	55
54	56	69
55	48	69
56	40	44
57	64	61
58	63	42
59	53	54
60	55	62
61	62	67
62	52	70
63	54	51
64	58	68
65	62	70
66	46	66
67	70	56
68	54	54
69	73	58
70	31	47
71	72	75
72	58	42
73	86	69
74	71	61
75	58	70
76	63	77
77	64	67
78	34	42
79	56	66
80	67	59
81	38	50
82	62	54
83	51	48
84	36	49

Lampiran 5. Perhitungan Uji Prasyarat Analisis dan Pengujian Hipotesis

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		84
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	7.41022837
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.050
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Correlations

		Intensitas Penggunaan Media Sosial	Perilaku Konsumtif
Intensitas Penggunaan Media Sosial	Pearson Correlation	1	.572**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	84	84
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.572**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	84	84

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Naufal Abdurrahman adalah nama penulis skripsi ini. Penulis lahir dari orang tua Acep Lukman dan Sucahyani sebagai anak pertama dari dua bersaudara. Penulis dilahirkan di Bogor, pada tanggal 27 Februari 1999. Penulis menempuh pendidikan dari SD Negeri 05 Gunung Putri dan menyelesaikan pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan ke SMP PGRI 1 CIBINONG dan menyelesaikan pada tahun 2013. Kemudian melanjutkan ke SMA PLUS PGRI CIBINONG dan menyelesaikan pada tahun 2016. Pada tahun 2016 peneliti melanjutkan ke Universitas Negeri Jakarta, pada Fakultas Teknik jurusan Pendidikan Kesejahteraan Keluarga melalui SBMPTN. Kegiatan yang pernah diikuti penulis selama kuliah di Program Studi Pendidikan Kesejahteraan Keluarga yaitu kegiatan Praktik Keterampilan Mengajar (PKM) di SMP 107 Kramat Jati dan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Badan Narkotika Nasional. Dengan motivasi yang tinggi penulis dapat menyelesaikan pengerjaan tugas akhir skripsi ini dengan baik. Sehingga penulis menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada pertengahan tahun 2023 dan mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd). Penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya kepada Allah SWT. Untuk lebih lanjut, peneliti dapat dihubungi melalui alamat email: naufalxabdurrahman@gmail.com