

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN HARGA DIRI
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA REMAJA PUTRI**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
guna memperoleh gelar Sarjana Psikologi Program Pendidikan Strata 1 Psikologi



Oleh :
Meida Devi Wardhani
G 0104028

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS KEDOKTERAN
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA
2009**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul : **Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri
dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri**
Nama Peneliti : Meida Devi Wardhani
NIM/Semester : G0104028
Tahun : 2004

Telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Pembimbing dan Penguji Skripsi
Prodi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta pada:

Hari :

Tanggal :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping

Drs. H. Munawir Yusuf, M.Psi
NIP 130906796

Rin Widya Agustin, M.Psi
NIP 132313271

Koordinator Skripsi

Rin Widya Agustin, M.Psi
NIP 132313271

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri
dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri
Meida Devi Wardhani, G0104028, Tahun 2004**

Telah diuji dan disahkan oleh Pembimbing dan Penguji Skripsi
Prodi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta

Hari :

Tanggal :

1. Pembimbing Utama
Drs. H. Munawir Yusuf, M.Psi (_____)
2. Pembimbing Pendamping
Rin Widya Agustin, M.Psi (_____)
3. Penguji I
Dra. Tuti Hardjajani, M.Si (_____)
4. Penguji II
Arista Adi Nugroho, S.Psi, MM (_____)

Surakarta, _____

Koordinator Skripsi,

Ketua Program Studi Psikologi,

Rin Widya Agustin, M.Psi
NIP 132313271

Dra. Suci Murti Karini, M.Si
NIP 130818799

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)

“Hari kemarin adalah pengalaman, hari ini adalah perjuangan, hari esok adalah harapan”.

(Penulis)

UCAPAN TERIMA KASIH DAN PENGHARGAAN

Kuucapkan terima kasih atas terselesainya karya ini kepada :

1. *Bapak & Mama tercinta yang selalu memberikan doa & kasih sayang tiada pernah putus & tak kan pernah ada habisnya.*
2. *Kakak dan Adik-adikku yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan moril.*
3. *Almamaterku tercinta.*

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim...

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, nikmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi sebagai syarat mendapatkan gelar sarjana Psikologi Program Pendidikan Strata 1 Psikologi dengan judul “Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri”.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dorongan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. dr. AA. Subiyanto, M.S selaku Dekan Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ibu Dra. Suci Murti Karini, M.Si selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Drs. H. Munawir Yusuf, M.Psi selaku dosen pembimbing utama yang telah bersedia meluangkan waktu disela-sela kesibukannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan support yang sangat bermanfaat bagi penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Rin Widya Agustin, M.Psi selaku dosen pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktu untuk mendampingi penulis dalam memperbaiki kekurangan-kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas bimbingan, pengarahan, masukan serta support yang ibu berikan.

5. Ibu Dra. Tuti Hardjajani, M.Si selaku dosen penguji utama yang telah bersedia menguji dan mengarahkan penulis.
6. Bapak Arista Adi Nugroho, S.Psi, MM selaku penguji pendamping yang telah bersedia menguji dan mengarahkan penulis.
7. Seluruh dosen dan staf Program Studi Psikologi yang telah banyak memberikan ilmu, motivasi serta pengalaman yang berarti selama kuliah.
8. Ibu Dra. Sunari, M.Pd selaku kepala sekolah SMA Negeri 1 Sragen beserta staf pengajar yang telah mengizinkan penulis mengadakan penelitian di sekolah yang Ibu pimpin.
9. Bapak Drs. Suyoto selaku wakasek kurikulum yang telah mendampingi penulis selama penelitian serta memberikan bantuan informasi yang penulis butuhkan
10. Siswi-siswi SMA Negeri 1 Sragen atas bantuan dan kerjasamanya.
11. Bapak dan ibu tercinta yang telah memberikan kasih sayang, perhatian dukungan dan doa yang tiada henti-hentinya bagi penulis serta membimbing penulis selama ini hingga dapat menyelesaikan skripsi.
12. Mas Aan yang telah memberikan doa, kasih sayang, perhatian, cinta, dukungan dan motivasinya. Adikku Ratna dan Niza yang telah memberikan doa dan kasih sayang. Terima kasih banyak untuk semuanya.
13. Teman-temanku Eki, Reza, Ratna, Neriza, dan Niken terima kasih untuk kasih sayang, dukungan, motivasi, doa, keceriaan, perhatian dan persahabatan yang terjalin selama ini. Teman-teman “wismoners” untuk persahabatan, keceriaan, dan dukungannya.

14. Nene, Pipit, Eka, Nita, Ika, Itta, dan semua teman-teman angkatan 2004 untuk semua bantuan yang diberikan, dorongan, dan doanya.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari sempurna, dengan tangan terbuka, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Surakarta, Juni 2009

Penulis

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PUTRI

Meida Devi Wardhani
Universitas Sebelas Maret Surakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Perilaku konsumtif pada remaja putri tidak terlepas dari pengaruh kelompok dalam mengkonsumsi barang serta untuk menunjang penampilan diri yang terkait dengan harga diri. Adanya keinginan untuk diterima dalam kelompok menyebabkan remaja mudah terpengaruh oleh kelompok sebayanya. Selain itu, adanya ketidakpuasan terhadap diri menyebabkan remaja menjadi rendah diri. Seorang remaja yang mempunyai rasa rendah diri akan menggunakan barang-barang yang mempunyai arti secara simbolik dapat meningkatkan harga dirinya. Hal inilah yang mendorong remaja berperilaku konsumtif.

Subjek penelitian ini adalah siswi kelas X SMA Negeri 1 Sragen. Sampel dalam penelitian ini adalah *cluster sample*, dimana berdasarkan *cluster* atau kelompok berupa kelas. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *cluster random sampling*. Data penelitian dikumpulkan dengan Skala Konformitas, Skala Harga Diri dan Skala Perilaku Konsumtif. Skala Konformitas terdiri dari 20 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,850. Skala Harga Diri terdiri dari 38 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,907. Skala Perilaku Konsumtif terdiri dari 28 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,906.

Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda (*Statistic Parametric Multiple Regression*), diperoleh p-value $0,01 < 0,05$ dan $F_{hitung} 4,990 > F_{tabel} 3,15$ serta R sebesar 0,372. Hal ini berarti konformitas dan harga diri dapat digunakan sebagai prediktor untuk memprediksi atau mengukur perilaku konsumtif pada remaja putri. Tingkat signifikansi p-value 0,01 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

Analisis data menunjukkan nilai R^2 (R Square) sebesar 0,139. Artinya, bahwa dalam penelitian ini konformitas dan harga diri memberi sumbangan sebesar 13,9% terhadap perilaku konsumtif dengan sumbangan masing-masing variabel adalah 10,2% untuk variabel konformitas dan 3,7% untuk variabel harga diri. Hal ini berarti masih terdapat 86,1% faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja putri.

Kata Kunci : Konformitas, Harga Diri, Perilaku Konsumtif

THE CORRELATION BETWEEN CONFORMITY AND SELF ESTEEM WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR AT FEMALE ADOLESCENT

Meida Devi Wardhani
Sebelas Maret Surakarta University

ABSTRAC

The objective of this study is to know the correlation between conformity and self esteem with consumptive behavior at female adolescent. Consumptive behavior at female adolescent is not quit of the influence of group in consuming goods and for supporting her self performance related to self esteem. The desire of being received in group causes the adolescent affected by her coeval group easily. Besides the dissatisfaction to her self causes the adolescent have lack of confidence. An adolescent who has lack of confidence will use the goods as a symbolic that can increase her self esteem. This matter encourages the adolescent to have consumptive behavior.

The subject of this research is the girl students of SMA Negeri 1 Sragen in class X. the sample in this research is cluster sample where based on clusteror group in the form of class. The sampling technique is cluster random sampling. The research data is collected by Conformity Scale, Self Esteem Scale, and Consumptive Behavior Scale. Conformity Scale consists of 20 valid items with reliability coefficient 0,850. Self Esteem Scale consists of 38 valid items with reliability coefficient 0,907. Consumptive Behavior Scale consists of 28 valid items with reliability coefficient 0,906.

The analysis of the data applies multiple regression analytical technique (Statistic Parametric Multiple Regression). It is obtained p-value $0,01 < 0,05$ and $F_{\text{calculate}} 4,990 > F_{\text{table}} 3,15$ and $R 0,372$. It means conformity and self esteem can be used as the predictor to predict or to measure consumptive behavior at female adolescent. The level of signification p-value $0,01 (p < 0,05)$ indicates that there is a significant correlation between conformity and self esteem with consumptive behavior at female adolescent.

The analysis of the data shows that the value R^2 (R-square) is 0,139. It means that, in this research, conformity and self esteem give contribution equal to 13,9% to consumptive behavior with contribution each variable is 10,2% for conformity variable and 3,7% for self esteem variable. This means that there are still 86,1% of other factors which influence consumptive behavior at female adolescent.

Keyword : Conformity, Self Esteem, Consumptive Behavior

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO	iv
UCAPAN TERIMA KASIH DAN PENGHARGAAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRAC	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. LANDASAN TEORI	10
A. Perilaku Konsumtif	10
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	10
2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	11
3. Faktor-faktor Perilaku Konsumtif	12
B. Konformitas	16
1. Pengertian Konformitas	16
2. Aspek-aspek Konformitas	18
3. Tipe-tipe Konformitas	19
4. Faktor-faktor Konformitas	20
C. Harga Diri.....	23
1. Pengertian Harga Diri	23
2. Aspek-aspek Harga Diri	25

3. Faktor-faktor Harga Diri	27
4. Perkembangan Harga Diri.....	29
D. Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri	30
E. Kerangka Pemikiran.....	36
F. Hipotesis.....	37
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	38
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	38
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	38
C. Subjek Penelitian.....	40
D. Populasi, Sampel, dan Sampling	41
E. Metode Pengumpulan Data.....	42
F. Metode Analisis Data.....	45
1. Analisis Instrumen Penelitian	45
2. Analisis Data Penelitian.....	47
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Persiapan Penelitian	49
1. Orientasi Kacah Penelitian.....	49
2. Persiapan Alat Ukur	52
3. Pelaksanaan Uji Coba	54
4. Validitas dan Reliabilitas	55
5. Penyusunan Alat Ukur Penelitian dengan Nomor Urut baru	59
B. Pelaksanaan Penelitian	61
1. Penentuan Subjek Penelitian	61
2. Pengumpulan Data	62
3. Pelaksanaan Skoring	62
C. Analisis Data	63
1. Hasil Uji Asumsi.....	63
2. Hasil Uji Hipotesis	68
3. Hasil Analisis Deskriptif.....	70
D. Pembahasan.....	72

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
A. Kesimpulan	79
B. Saran	80
C. Keterbatasan Penelitian	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Distribusi Skor Skala	45
Tabel 2	Distribusi Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba	52
Tabel 3	Distribusi Skala Konformitas Sebelum Uji Coba	53
Tabel 4	Distribusi Skala Harga Diri Sebelum Uji Coba	54
Tabel 5	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif ..	56
Tabel 6	Distribusi Item Sahih dan Item Gugur Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba	57
Tabel 7	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Konformitas.....	58
Tabel 8	Distribusi Item Sahih dan item Gugur Skala Konformitas Setelah Uji Coba	58
Tabel 9	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Harga Diri.....	59
Tabel 10	Distribusi Item Sahih dan Item Gugur Skala Harga Diri Setelah Uji Coba	59
Tabel 11	Distribusi Item Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba	60
Tabel 12	Distribusi Item Skala Konformitas Setelah Uji Coba	60
Tabel 13	Distribusi Item Skala Harga Diri Setelah Uji Coba	61
Tabel 14	Distribusi Skor Skala	63
Tabel 15	Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 16	Hasil Uji Linieritas.....	64
Tabel 17	Hasil Uji Multikolinieritas	65
Tabel 18	Hasil Uji Autokorelasi.....	66
Tabel 19	Hasil Uji Heteroskedastisitas	67
Tabel 20	Korelasi Variabel Bebas dengan Variabel Tergantung	68
Tabel 21	Kriteria Kategori Skala Perilaku Konsumtif dan Distribusi Skor Subjek.....	70
Tabel 22	Kriteria Kategori Skala Konformitas dan Distribusi Skor Subjek.....	71
Tabel 23	Kriteria Kategori Skala Harga Diri dan Distribusi Skor Subjek.....	72

DAFTAR BAGAN

Bagan 1	Kerangka Pemikiran.....	36
---------	-------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A. SKALA PENELITIAN SEBELUM UJI COBA	
1. Skala Perilaku Konsumtif	86
2. Skala Konformitas.....	89
3. Skala Harga Diri.....	91
LAMPIRAN B. SKALA PENELITIAN SETELAH UJI COBA	
1. Skala Perilaku Konsumtif	94
2. Skala Konformitas.....	96
3. Skala Harga Diri.....	98
LAMPIRAN C. DATA UJI COBA SKALA PENELITIAN	
1. Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif	100
2. Data Uji Coba Skala Konformitas	108
3. Data Uji Coba Skala Harga Diri	114
LAMPIRAN D. UJI VALIDITAS ITEM DAN RELIABILITAS SKALA PENELITIAN	
1. Uji Validitas Item dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif	120
2. Uji Validitas Item dan Reliabilitas Skala Konformitas ..	128
3. Uji Validitas Item dan Reliabilitas Skala Harga Diri	134
LAMPIRAN E. DATA PENELITIAN	
1. Data Skala Perilaku Konsumtif.....	139
2. Data Skala Konformitas	142
3. Data Skala Harga Diri	144
LAMPIRAN F. ANALISIS DATA PENELITIAN	
1. Hasil Uji Asumsi.....	147
2. Uji Hipotesis	149
3. Hasil Analisis Deskriptif.....	151
LAMPIRAN G. SURAT IJIN PENELITIAN DAN SURAT TANDA BUKTI PENELITIAN	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Remaja menurut Piaget (dalam Ali dan Asrori, 2004) adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar. Pada masa peralihan ini, status remaja dapat dikatakan tidak jelas dan terdapat keraguan akan peran yang harus dilakukan. Pada masa ini, remaja bukan lagi seorang anak dan juga bukan orang dewasa (Hurlock, 2003). Jika remaja berperilaku seperti anak-anak, mereka akan diajari untuk berperilaku sesuai umurnya dan bila mereka berperilaku seperti orang dewasa, mereka akan dianggap belum pantas berperilaku seperti orang dewasa. Santrock (2003) mendefinisikan remaja sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional. Perubahan biologis mencakup perubahan-perubahan dalam hakikat fisik individu. Perubahan kognitif meliputi perubahan dalam pikiran, inteligensi dan bahasa tubuh. Sedangkan perubahan sosial-emosional meliputi perubahan dalam hubungan individu dengan manusia lain, dalam emosi, dalam kepribadian, dan dalam peran dari konteks sosial dalam perkembangan.

Menurut Hurlock (2004) perkembangan biologis pada remaja terlihat jelas dari perubahan tinggi badan, bentuk badan, berkembangnya otot-otot tubuh, dan

sebagainya. Hal ini menyebabkan remaja putri seringkali menjadi tidak suka dengan keadaan tubuhnya dan menjadikan remaja menjadi tidak percaya diri. Perubahan sosial yang dialami remaja menyebabkan remaja harus menyesuaikan diri dengan teman sebayanya dan orang lain. Akibat tidak percaya diri menyebabkan remaja mencari cara untuk dapat meningkatkan percaya dirinya. Salah satu cara adalah dengan penggunaan barang-barang yang dianggap mampu meningkatkan rasa percaya dirinya. Adanya kebutuhan yang kuat dalam berteman menjadikan remaja ingin diterima menjadi bagian dari kelompok. Agar bisa diterima oleh kelompoknya, remaja sedapat mungkin untuk bisa sejalan dengan kelompok salah satunya dengan penggunaan barang-barang yang sama dengan kelompoknya. Adanya keinginan untuk meningkatkan percaya diri dan kebutuhan dalam berteman dapat mendorong remaja membeli barang secara berlebihan. Selain itu, karakteristik remaja yang labil, spesifik, dan mudah dipengaruhi membuat mereka sering dijadikan target pemasaran produksi industri sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam membeli yang tidak wajar (Zebua dan Nurdjayadi, 2001).

Tambunan (2001) menjelaskan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja.

Remaja cenderung memiliki keinginan untuk tampil menarik. Hal tersebut dilakukan remaja dengan menggunakan busana dan aksesoris, seperti sepatu, tas, jam tangan, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilan mereka. Para remaja juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti *trend* yang sedang berlaku, karena jika tidak mereka akan dianggap kuno, kurang “gaul” dan tidak trendi. Akibatnya, para remaja tidak memperhatikan kebutuhannya ketika membeli barang. Mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan secara berlebihan dan tidak wajar. Sikap atau perilaku remaja yang mengkonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif.

Lubis (dalam Lina dan Rosyid, 1997) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif ini terjadi pada remaja, baik remaja putra maupun remaja putri. Akan tetapi, remaja putri cenderung berperilaku konsumtif dibandingkan remaja putra. Menurut Zebua dan Nurdjayadi (2001) berdasarkan pendekatan Psikologi Konsumen, remaja khususnya remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistik, romantis, dan impulsif. Karakteristik ini tampaknya memudahkan mereka terjatuh dalam perilaku membeli yang kurang efisien. Berdasarkan pengamatan dalam kehidupan sehari-hari

terlihat banyak remaja putri terutama pelajar SMA yang berperilaku konsumtif. Hal ini terlihat dari banyaknya remaja putri yang membeli produk *fashion* dan aksesoris di toko-toko seperti baju, tas, sandal, sepatu, dan sebagainya. Mereka tak jarang membeli produk *fashion* dan barang-barang yang sama dengan teman-temannya atau bahkan membanding-bandingkan barang kepemilikannya dengan barang temannya untuk melihat barang siapa yang lebih *trendy*. Banyaknya toko-toko yang menyediakan berbagai produk *fashion* bagi remaja putri turut mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif.

Kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja terkait dengan karakteristik psikologik tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu konsep diri sebagai remaja dan tingkat konformitas terhadap kelompok teman sebaya (Zebua dan Nurdjayadi, 2001). Konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka (Santrock, 2003). Pengaruh sosial (kelompok) dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial disebut dengan konformitas (Sears, Freedman, & Peplau, 1991). Sedangkan menurut Kiesler dan Kiesler (dalam Rakhmat, 2000) konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang nyata atau yang dibayangkan. Konformitas cenderung lebih tinggi pada remaja awal dan kemudian akan menurun pada remaja akhir (Hurlock, 2004). Hal ini seiring dengan perkembangan kognisi dan emosi remaja yang semakin matang, maka remaja kemudian mampu menentukan perilaku atau nilai yang sesuai dengan diri remaja itu sendiri. Menurunnya konformitas pada

remaja akhir ditunjukkan dengan adanya keinginan untuk berbeda dengan teman atau kelompok sebayanya (Hurlock, 2004).

Konformitas banyak dilakukan oleh remaja putri dibanding dengan remaja putra. Penelitian Rice (Zebua dan Nurdjayadi, 2001) menemukan bahwa remaja putri lebih konform terhadap kelompoknya dibandingkan dengan remaja putra. Hal ini disebabkan karena besarnya keinginan untuk menjaga harmonisasi, mencapai persetujuan dan penerimaan sosial (Rice, dalam Zebua dan Nurdjayadi, 2001). Alasan lain dikemukakan oleh Toder dan Marcia (Zebua dan Nurdjayadi, 2001) yang mengatakan bahwa remaja putri lebih konform karena mereka masih labil dan perempuan yang masih labil dan bingung dengan identitas dirinya akan lebih mudah konform dibandingkan dengan perempuan yang sudah matang dan stabil.

Adanya tekanan (baik secara nyata maupun tidak) yang terjadi dalam kelompok menyebabkan para remaja rela menghabiskan uang untuk membeli barang-barang yang tidak dibutuhkan secara berlebihan. Banyak tujuan yang ingin didapat oleh remaja dengan bersikap konformis, antara lain supaya ada penerimaan kelompok, diakui eksistensinya sebagai anggota kelompok, menjaga hubungan dengan kelompok, mempunyai ketergantungan dengan kelompok, dan untuk menghindari sanksi dari kelompok (Surya, 1999). Seperti fakta yang dikutip dari Jawa Pos (2009) akibat ingin tampil trendi dan diakui oleh teman-temannya menyebabkan seorang remaja di Batam harus mendekam di penjara karena membunuh orang demi mempunyai sebuah *handphone* seperti teman-temannya

yang lain. Hal tersebut merupakan salah satu bukti pada usia remaja terjadi konformitas.

Konformitas pada remaja putri menyebabkan mereka cenderung menghabiskan lebih banyak uangnya untuk menunjang penampilan dirinya dengan membeli barang-barang yang selalu baru serta bermerk dan sama dengan anggota kelompoknya. Hal ini dilakukan agar selalu dapat diterima oleh kelompoknya serta mendapat pengakuan akan dirinya sebagai anggota kelompok. Mereka menyadari bahwa segala busana dan aksesorisnya seperti tas, sepatu, sandal, jam tangan, kaos kaki dan lain-lain dapat meningkatkan citra atau *image* tentang dirinya terutama dengan mengkonsumsi pakaian dan aksesoris merk terkenal. Upaya meningkatkan citra atau *image* diri pada remaja ini terakumulasi dalam suatu konsep yang berisikan gambaran tentang bagaimana setiap remaja mempersepsikan dirinya (Zebua dan Nurdjayadi, 2001). Termasuk di dalamnya bagaimana remaja mencoba menampilkan diri secara fisik. Hal tersebut membuat mereka sensitif terhadap gambaran fisik mereka seperti tubuh yang pendek, gemuk, dan sebagainya dapat membuat remaja merasa rendah diri sehingga remaja mencari cara untuk meningkatkan harga dirinya.

Harga diri merupakan bagian dari konsep diri yang mempunyai arti sebagai suatu hasil penilaian individu terhadap dirinya yang diungkapkan dalam sikap-sikap yang dapat bersikap positif maupun negatif (Baron dan Bryne, 2004). Harga diri yang positif akan membangkitkan rasa percaya diri, penghargaan diri, rasa yakin akan kemampuan diri, rasa berguna serta yakin kehadirannya diperlukan di dunia ini. Individu yang memiliki harga diri rendah akan cenderung

merasa bahwa dirinya tidak mampu dan berharga (Tambunan, 2001). Remaja dengan harga diri yang rendah biasanya akan mencari pengakuan dan perhatian dari orang lain terutama teman sebayanya. Salah satu cara yang dilakukan remaja untuk meningkatkan harga dirinya adalah dengan menggunakan barang-barang bermerk agar citra dirinya terangkat.

Menurut Sears, Freedman, dan Peplau (1991) harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Remaja dengan harga diri yang rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada orang-orang yang harga dirinya tinggi. Jika tingkat harga diri remaja putri rendah, maka ia akan cenderung mengikuti tekanan dan kemauan sekitarnya serta teman sebayanya dalam hal ini melakukan perilaku konsumtif. Sebaliknya, jika tingkat harga diri remaja putri cukup tinggi, maka ia akan dapat melakukan dan mengambil keputusan untuk dirinya sendiri tanpa dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Hawkins (Hidayati, 2001) menyatakan bahwa konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri dan mempunyai harga diri yang rendah akan membeli setiap produk yang mempunyai arti simbolik yang dianggap bisa menaikkan harga dirinya. Kecenderungan remaja untuk menjadi konsumtif tersebut bisa merupakan indikasi bahwa mereka kurang percaya diri dan rendah diri.

Uraian diatas dapat mengungkapkan bahwa ada suatu keterkaitan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Perilaku konsumtif pada remaja putri tidak terlepas dari pengaruh kelompok. Selain itu, perilaku konsumtif pada remaja putri dilakukan dalam rangka menunjang penampilan diri yang terkait dengan harga dirinya, Oleh karena itu, penulis

tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah :

1. “Apakah terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri?”
2. “Apakah terdapat hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri?”
3. “Apakah terdapat hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri?”

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.
- b. Mengetahui hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.
- c. Mengetahui hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

2. Manfaat

a. Secara teoritis,

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi sumbangan bagi ilmuwan psikologi sehingga dapat memperkaya ilmu pengetahuan khususnya di bidang psikologi sosial serta psikologi industri dan organisasi terutama bidang perilaku konsumen mengenai hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

b. Secara praktis,

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, masukan, dan pemikiran mengenai hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian perilaku konsumtif

Sabirin (2005) memberikan definisi perilaku konsumtif sebagai suatu keinginan dalam mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Sependapat dengan pengertian tersebut, menurut Suyasa dan Fransisca (2005) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kata konsumtif mempunyai arti boros, makna kata konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros, yang mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan (Widiastuti, 2003). Perilaku konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2001).

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (dalam Lina dan Rosyid, 1997) memberikan batasan konsumtivisme yaitu kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan individu lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Menurut Dahlan (dalam Lina dan Rosyid, 1997) perilaku konsumtif adalah kehidupan mewah yang berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal sehingga identik dengan pemborosan dan

memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik yang berlebihan. Grinder (dalam Lina dan Rosyid, 1997) memberikan pengertian bahwa pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja disebut sebagai perilaku konsumtif. Sedangkan menurut Lubis (dalam Lina & Rosyid, 1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dimana individu mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang tidak lagi didasarkan atas pertimbangan rasional serta lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesenangan saja sehingga menimbulkan pemborosan.

2. Aspek-aspek perilaku konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (1997) adalah:

a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba / keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa trendy.

Maka aspek-aspek dalam perilaku konsumtif adalah pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif

Menurut Suyasa & Fransisca (2005) faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif yaitu :

a. Hadirnya iklan

Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Iklan juga mengajak agar mengonsumsi barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan serta harga yang tidak rasional (Widiastuti, 2003).

b. Konformitas

Konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.

c. Gaya hidup

Menurut Chaney munculnya perilaku konsumtif disebabkan gaya hidup budaya barat. Pembelian barang bermerk dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang.

d. Kartu kredit

Kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunanya. Sehingga penggunanya dapat menggunakan batas kredit yang ada tanpa takut tidak mempunyai uang ketika berbelanja.

Lina & Rosyid (1997) menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada dasarnya dapat dipengaruhi oleh dua faktor yaitu :

a. Faktor Eksternal yang meliputi :

1) Kebudayaan dan kebudayaan khusus

Kebudayaan didefinisikan sebagai kompleks simbol dan barang-barang buatan manusia yang diciptakan oleh masyarakat tertentu dan diwariskan dari generasi satu ke generasi yang lain sebagai faktor penentu dan pengatur perilaku anggotanya (Stanton, 1993). Pengaruh kebudayaan yang kuat terhadap perilaku membeli dibuktikan oleh

Loudon dan Bitta yang menemukan bahwa perilaku membeli dapat diramalkan dari nilai-nilai budaya yang dipegang konsumen.

2) Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok yang terdiri atas sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat, memegang nilai-nilai, mempunyai minat, dan menampilkan perilaku yang mirip. Menurut Engel, Blackwell, Miniard (1994) kelas sosial adalah pembagian di dalam masyarakat yang terdiri dari individu-individu yang berbagi nilai, minat, dan perilaku yang sama. Kelas sosial menunjukkan bentuk-bentuk perilaku konsumen yang berbeda

3) Kelompok sosial dan kelompok referensi

Interaksi seseorang didalam kelompok sosial akan berpengaruh terhadap pendapat dan seleranya. Sedangkan seseorang dipengaruhi oleh kelompok referensi melalui tiga cara (Kotler, 1994)

- a) Kelompok referensi menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya hidup baru.
- b) Mempengaruhi sikap dan gambaran diri seseorang karena secara normal orang ingin "menyesuaikan diri".
- c) Menciptakan suasana untuk penyesuaian yang dapat mempengaruhi pilihan orang terhadap merk dan produk.

4) Keluarga.

Keluarga dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap terhadap perilaku membeli seseorang (Kotler, 1994). Keluarga sebagai bagian

dari faktor eksternal mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya. Seseorang dalam membeli barang sering meminta pendapat keluarga untuk membantu memilih barang mana yang dibeli.

b. Faktor Internal yang meliputi :

1) Motivasi dan harga diri

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, tidak terkecuali dalam melakukan pembelian. Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Seseorang yang harga dirinya rendah cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada seseorang yang harga dirinya tinggi (Sears, Freedman, dan Peplau, 1991)

2) Pengamatan dan proses belajar

Sebelum seseorang membeli produk, seseorang akan mendasarkan pengamatannya terhadap produk tersebut. Jika produk tersebut sesuai maka seseorang tidak akan segan membelinya. Howard dan Weth menyatakan bahwa pembelian yang dilakukan konsumen juga merupakan suatu rangkaian proses belajar.

3) Kepribadian dan konsep diri.

Konsep diri seseorang juga berpengaruh terhadap perilaku membeli. Seseorang yang memandang dirinya secara negatif cenderung berperilaku konsumtif untuk menaikkan citra dirinya. Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda yang akan mempengaruhi perilaku membeli (Kotler, 1994).

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, dapat dipahami bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup, kartu kredit, faktor kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi, keluarga, pengamatan dan proses belajar, motivasi dan harga diri, serta kepribadian dan konsep diri.

B. Konformitas

1. Pengertian konformitas

Morgan, King dan Robinson (dalam Nindyati dan Indria, 2007) menjelaskan konformitas berkaitan dengan kecenderungan individu untuk mengubah pandangan atau perilakunya, dengan tujuan untuk menyesuaikan dengan tuntutan norma sosialnya. Suatu perilaku menyesuaikan diri dengan kelompok dan menyebabkan kita mengikuti sikap, pendapat, dan perilaku dalam kelompok disebut dengan konformitas (Christi, 2006). Konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada (Baron dan Byrne, 2005). Sedangkan menurut Chaplin (2004) konformitas adalah kecenderungan untuk memperbolehkan satu tingkah laku seseorang dikuasai oleh sikap dan pendapat yang sudah berlaku. Lebih lanjut Chaplin menjelaskan konformitas sebagai ciri pembawaan kepribadian yang cenderung membiarkan sikap dan pendapat orang lain untuk menguasai hidupnya.

Zebua dan Nurdjayadi (2001) menyatakan bahwa konformitas adalah satu tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya

namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok tersebut. Sedangkan Kiesler dan Kiesler (dalam Rakhmat, 2000) menyatakan konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau yang dibayangkan. Konformitas adalah sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melaksanakan hal yang sama (Rakhmat,2000).

Pengaruh sosial (kelompok) dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial disebut dengan konformitas (Sears, Freedman, & Peplan, 1991). Sementara Sarwono (1984) mendefinisikan konformitas adalah kesesuaian antara perilaku individu dengan perilaku kelompoknya atau perilaku individu dengan harapan orang lain tentang perilakunya. Konformitas didasari oleh kesamaan antara perilaku dengan perilaku atau antara perilaku dengan norma. Costanzo dan Shaw (1966) mendefinisikan konformitas sebagai respon seseorang terhadap tekanan dari lingkungan masyarakat.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, dapat diartikan bahwa konformitas adalah suatu perubahan sikap, perilaku atau kepercayaan seorang individu agar sesuai dengan norma kelompok atau norma sosial sebagai akibat tekanan kelompok yang nyata atau dibayangkan.

2. Aspek-aspek konformitas

Baron dan Byrne (2005) dan Turner (dalam Surya, 1999) menyatakan bahwa seseorang konform terhadap kelompoknya jika perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat. Dasar-dasar yang menyebabkannya adalah :

a. Pengaruh sosial normatif

Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain dan agar terhindar dari penolakan.

b. Pengaruh sosial informasional

Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk menjadi benar. Menurut Turner hal ini didasarkan atas adanya pengaruh menerima pendapat kelompok.

Menurut Sears, Freedman, dan Peplau (1991) bahwa pada dasarnya, orang menyesuaikan diri karena dua alasan yaitu :

a. Perilaku orang lain memberikan informasi yang bermanfaat

Seringkali orang lain mengetahui sesuatu yang tidak kita ketahui. Dengan melakukan apa yang orang lain tersebut lakukan kita akan memperoleh manfaat dari pengetahuan mereka.

b. Keinginan untuk diterima secara sosial dan menghindari celaan

Individu akan bertingkah laku sesuai dengan tingkah laku yang biasa orang lain lakukan. Hal ini untuk menghindari perasaan bahwa dirinya berbeda dengan orang lain sehingga akan terhindar dari celaan serta dapat diterima dalam lingkungan sosial.

Berdasarkan uraian di atas, aspek-aspek yang mempengaruhi harga diri adalah pengaruh sosial normatif, pengaruh sosial informasional, perilaku orang lain yang memberikan manfaat, dan keinginan untuk diterima. Aspek-aspek konformitas yang digunakan oleh penulis untuk melakukan penelitian berdasar pada teori Baron dan Byrne (2005) serta Turner (dalam Surya, 1999) yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional.

3. Tipe-tipe konformitas

Worchel dan Cooper (dalam Nindyati dan Indria, 2007) mengategorikan konformitas menjadi dua bentuk yaitu :

- a. *Acceptance*, merupakan bentuk konformitas yang dilakukan individu dengan cara menyamakan sikap, keyakinan pribadi, maupun perilakunya di depan publik dengan norma atau tekanan kelompok.
- b. *Compliance*, merupakan bentuk konformitas yang dilakukan individu dengan cara mengubah perilakunya di depan publik agar sesuai dengan tekanan kelompok, tetapi secara diam-diam tidak mengubah pendapat pribadinya.

Senada dengan Worchel dan Cooper, Sarwono (1999) juga mengategorikan dua tipe konformitas yaitu :

- a. *Acceptance* yaitu perilaku konformitas yang disertai perilaku dan kepercayaan yang sesuai dengan tatanan sosial.
- b. *Compliance* yaitu perilaku konformitas yang dilakukan hanya dengan mengubah perilaku luar tanpa terjadi perubahan pola pikir.

Berdasarkan pendapat ahli di atas, tipe-tipe konformitas adalah *acceptance* dan *compliance*. Tipe konformitas yang pertama *acceptance* yaitu konformitas yang dilakukan individu dengan cara menyamakan sikap dan kepercayaan agar sesuai dengan norma atau tatanan sosial. Sedangkan tipe konformitas yang kedua adalah *compliance* yaitu konformitas yang dilakukan individu tetapi hanya mengubah perilakunya saja tanpa mengubah pola pikirnya.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas

Menurut Baron dan Bryne (2005) konformitas dipengaruhi oleh :

a. Kohesivitas

Kohesivitas didefinisikan sebagai derajat ketertarikan individu terhadap kelompok. Semakin besar kohesivitas, maka akan semakin tinggi keinginan individu untuk konform terhadap kelompok.

b. Ukuran Kelompok

Jumlah anggota kelompok yang semakin besar akan mempengaruhi tinggi rendahnya konformitas dalam kelompok tersebut.

c. Jenis norma sosial yang berlaku pada situasi tertentu

Norma sosial yang berlaku dapat berupa norma deskriptif atau norma injungtif. Norma deskriptif yaitu norma yang hanya mengindikasikan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu. Norma injungtif yaitu norma yang menetapkan tingkah laku apa yang diterima atau tidak diterima pada situasi tertentu.

Rakhmat (2000) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas terdiri dari dua faktor yaitu :

a. Faktor Situasional

1) Kejelasan Situasi

Semakin tidak jelas dan semakin tidak terstruktur suatu situasi, akan memperbesar kecenderungan untuk konform dengan kelompok.

2) Konteks Situasi

Terdapat situasi tertentu yang akan menghargai situasi konformis dan situasi kemandirian. Sesuai dengan teori behavioral, tentang *rewards punishment*, remaja yang mengetahui bahwa mereka akan disukai kelompoknya jika melakukan tindakan konformis, maka remaja tersebut akan cenderung melakukan konformitas tersebut pada masa mendatang.

3) Cara Penyampaian Penilaian

Bila seseorang harus menyampaikan responnya secara terbuka, maka akan cenderung melakukan konformitas daripada jika mengungkapkannya secara rahasia.

4) Karakteristik Sumber Pengaruh

Pada beberapa hal individu lebih menyukai untuk konform dengan anggota yang lebih sesuai dengan keadaannya sendiri.

5) Ukuran Kelompok

Sampai pada tingkat tertentu terdapat hubungan positif antara jumlah anggota dengan konformitas. Semakin besar kelompok, kemungkinan konformisnya akan semakin besar pula.

6) Tingkat Kesepakatan Kelompok

Kesepakatan pendapat merupakan suatu kekuatan sosial yang lebih mampu menimbulkan konformitas.

b. Faktor Personal

1) Usia

Pada umumnya, semakin tinggi usia seseorang, maka semakin berkurang kecenderungannya untuk konformitas

2) Jenis Kelamin

Berdasarkan penelitian Rice, remaja putri ternyata lebih konform daripada remaja putra, karena remaja putri mempunyai keinginan yang besar untuk menjaga harmonisasi, mencapai persetujuan, dan penerimaan sosial (Zebua dan Nurdjayadi, 2001).

3) Stabilitas Emosional

Seseorang yang emosinya kurang stabil lebih mudah mengikuti kelompok daripada orang yang emosinya stabil.

4) Otoritarianisme

Kepribadian otoriter berkorelasi positif dengan konformitas.

5) Kecerdasan

Semakin tinggi kecerdasan seseorang, semakin berkurang kecenderungan ke arah konformitas.

6) Motivasi

Semakin tinggi motivasi seseorang untuk berprestasi maka semakin kecil konformitas.

7) Harga Diri

Semakin tinggi kepercayaan diri seseorang semakin sulit dipengaruhi oleh tekanan kelompok.

Berdasarkan pendapat beberapa ahli di atas, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas secara garis besar terbagi menjadi dua faktor yaitu faktor situasional dan faktor personal. Faktor situasional meliputi kejelasan situasi, konteks situasi, cara menyampaikan penilaian, karakteristik sumber pengaruh, ukuran kelompok, dan tingkat kesepakatan kelompok. Faktor personal meliputi usia, jenis kelamin, stabilitas emosi, otoritarianisme, kecerdasan, motivasi, dan harga diri.

C. Harga diri

1. Pengertian harga diri

Baron dan Byrne (2004) mendefinisikan harga diri sebagai penilaian terhadap diri sendiri yang dibuat individu dan dipengaruhi oleh karakteristik yang dimiliki orang lain yang menjadi pembanding. Sedangkan Chaplin (2004) memberikan pengertian tentang harga diri adalah penilaian diri yang dipengaruhi

oleh sikap, interaksi, penghargaan, dan penerimaan orang lain terhadap individu. Worchel (dalam Hudaniah dan Dayakisni, 2003) mengungkapkan bahwa harga diri merupakan evaluasi positif dan negatif tentang diri sendiri yang dimiliki seseorang.

Dariyo dan Ling (2002) menyatakan bahwa harga diri merupakan evaluasi individu terhadap dirinya sendiri secara positif atau negatif. Evaluasi ini memperlihatkan bagaimana individu menilai dirinya sendiri, dan diakui atau tidaknya kemampuan dan keberhasilan yang diperolehnya. Penilaian tersebut terlihat dari penghargaan mereka terhadap keberadaan dan keberartian dirinya. Gecas dan Rosenberg (dalam Cast dan Burke, 2002) mendefinisikan harga diri sebagai evaluasi positif yang menyeluruh tentang dirinya. Sedangkan Branden (2001) mengatakan bahwa harga diri merupakan perpaduan antara kepercayaan diri dengan penghormatan diri. Tambunan (2001) menyatakan bahwa harga diri merupakan suatu hasil penilaian individu terhadap dirinya yang diungkapkan dalam sikap-sikap yang dapat bersifat positif dan negatif.

Coopersmith (1967) mendefinisikan harga diri sebagai evaluasi yang dibuat oleh individu mengenai dirinya sendiri, dimana evaluasi diri tersebut merupakan hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya serta perlakuan orang lain terhadap dirinya. Evaluasi ini diekspresikan dengan sikap setuju atau tidak setuju, tingkat keyakinan individu terhadap dirinya sendiri sebagai orang yang mampu, penting, berhasil, dan berharga atau tidak. Daradjat (1976) mengungkapkan bahwa *self esteem* (harga diri) adalah kebutuhan dasar remaja.

Setiap remaja ingin merasakan akan kebutuhan tentang keberadaannya yang dapat memberikan perasaan bahwa remaja berhasil, mampu, dan berguna.

Berdasarkan uraian di atas, harga diri adalah penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara positif atau negatif yang dipengaruhi oleh hasil interaksinya dengan orang-orang yang penting dilingkungannya serta dari sikap, penerimaan, penghargaan, dan perlakuan orang lain terhadap dirinya.

2. Aspek-aspek harga diri

Menurut Coopersmith (1967) aspek-aspek harga diri meliputi:

- a. *Self Values*, diartikan sebagai nilai-nilai pribadi individu yaitu isi dari diri sendiri. Lebih lanjut dikatakan bahwa harga diri ditentukan oleh nilai-nilai pribadi yang diyakini individu sebagai nilai-nilai yang sesuai dengan dirinya.
- b. *Leadership popularity*, Coopersmith menunjukkan bahwa individu memiliki harga diri yang tinggi cenderung mempunyai kemampuan yang dituntut dalam kepemimpinan (*leadership*). Sedangkan popularitas merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan pengalaman keberhasilan yang diperoleh dalam kehidupan sosialnya dan tingkat popularitasnya mempunyai hubungan dalam harga diri, oleh sebab itu semakin populer individu diharapkan mempunyai harga diri yang tinggi.
- c. *Family parents*, Coopersmith dalam membahas harga diri sangat menekankan perasaan keluarga merupakan tempat sosialisasi pertama bagi

anak. Penerimaan keluarga yang positif pada anak-anak akan memberi dasar bagi pembentukan rasa harga diri yang tinggi pada masa dewasanya kelak.

- d. *Achievement*, individu dengan harga diri yang tinggi cenderung memiliki karakteristik kepribadian yang dapat mengarahkan pada kemandirian sosial dan kreativitas yang tinggi.

Aspek-aspek harga diri menurut Gecas (1982) yaitu :

- a. Dimensi *worth* mengarah pada tingkat individu merasa bahwa dirinya berharga atau memiliki nilai.
- b. Dimensi *competence* mengarah pada tingkat seseorang melihat dirinya sendiri sebagai seseorang yang dapat dan mampu.

Menurut Daradjat (1976) pada dasarnya setiap individu membutuhkan penghargaan, penerimaan, dan pengakuan dari orang lain. Penghargaan dan penerimaan serta pengakuan membawa dampak bagi diri seseorang yaitu perasaan bahwa dirinya berharga dan diakui kehadirannya oleh lingkungan sehingga menambah rasa percaya diri dan harga dirinya. Sebaliknya, orang yang merasa kurang dihargai, dihina atau dipandang rendah oleh orang lain akan berusaha mempertahankan harga dirinya. Menurut Daradjat, aspek-aspek harga diri meliputi :

- a. Perasaan diterima yaitu ditunjukkan oleh kemampuan individu bahwa dirinya diterima oleh lingkungannya dan merasa dibutuhkan orang lain

- b. Perasaan berarti, yaitu ditunjukkan oleh kemampuan individu menghargai dirinya sendiri, percaya diri dan menerima apa adanya atas keadaan dirinya
- c. Perasaan mampu, yaitu ditunjukkan oleh kemampuan individu bahwa dirinya merasa mampu dan memiliki sikap optimis dalam menghadapi masalah kehidupan

Aspek-aspek harga diri yang digunakan penulis berdasar pada teori Coopersmith (1967) yang meliputi *self values, leadership popularity, family parents*, dan *achievement*.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri

Menurut Koentjoro (1989) harga diri yang dimiliki oleh individu selalu mengalami perkembangan. Hal-hal yang mempengaruhi harga diri adalah :

- a. Lingkungan keluarga

Lingkungan keluarga merupakan tempat sosialisasi pertama bagi anak. Perlakuan adil, pemberian kesempatan untuk aktif dan pendidikan yang demokratis di dapat pada anak yang memiliki harga diri yang tinggi.

- b. Lingkungan sosial

Lingkungan sosial tempat individu mempengaruhi bagi pembentukan harga diri. Individu mulai menyadari bahwa dirinya berharga sebagai individu dengan lingkungannya. Kehilangan kasih sayang, penghinaan, dan dijauhi teman sebaya akan menurunkan harga diri. Sebaliknya pengalaman, keberhasilan, persahabatan, dan kemasyuran akan meningkatkan harga diri.

c. Faktor psikologis

Penerimaan diri akan mengarahkan individu mampu menentukan arah dirinya pada saat mulai memasuki hidup bermasyarakat sebagai anggota masyarakat yang sudah dewasa.

d. Jenis kelamin

Perbedaan jenis kelamin mengakibatkan terjadinya perbedaan dalam pola pikir, cara berpikir, dan bertindak antara laki-laki dan perempuan.

Menurut Michener dan Delamater (Hudaniah dan Dayakisni, 2003) faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu :

a. Pengalaman dalam keluarga

Coopersmith (Hudaniah dan Dayakisni, 2003) menyimpulkan ada empat tipe perilaku orang tua yang dapat meningkatkan harga diri :

- 1) Menunjukkan penerimaan, afeksi, minat, dan keterlibatan pada kejadian-kejadian atau kegiatan yang dialami anak.
- 2) Menerapkan batasan-batasan jelas pada anak secara teguh dan konsisten
- 3) Memberikan kebebasan dalam batas-batas dan menghargai inisiatif
- 4) Bentuk disiplin yang tidak memaksa (menghindari hak-hak istimewa dan mendiskusikan alasan-alasannya daripada memberikan hukuman fisik)

b. Umpan balik terhadap performance

Harga diri sebagian terbentuk berdasarkan pada perasaan kita tentang kemampuan dan kekuatan untuk mengontrol atau mengendalikan kejadian-kejadian yang menimpa diri kita.

c. Perbandingan sosial

Perbandingan sosial adalah hal penting yang dapat mempengaruhi harga diri kita karena perasaan bahwa diri kita mampu atau berharga kita peroleh dari suatu performance yang tergantung sebagian besar kepada siapa kita membandingkan baik dengan diri kita sendiri atau dengan orang lain.

Berdasarkan beberapa pendapat para ahli di atas, faktor-faktor yang mempengaruhi harga diri antara lain pengalaman terhadap keluarga, umpan balik terhadap *performance*, perbandingan sosial, lingkungan sosial, faktor psikologis, dan jenis kelamin

4. Perkembangan harga diri

Harga diri bukan merupakan faktor yang di bawa sejak lahir tetapi merupakan faktor yang dipelajari dan terbentuk sepanjang pengalaman individu (Tjahjaningsih & Nuryoto, 1994). Menurut Pudjijogyanti (1985) bahwa pembentukan harga diri diawali ketika seorang anak mampu melakukan persepsi dalam interaksinya dengan lingkungan. Harga diri bukan merupakan faktor yang dibawa sejak lahir, melainkan faktor yang dipelajari dari hubungannya dengan orang lain. Setiap individu dalam berinteraksi dengan orang lain ini akan

menerima tanggapan. Tanggapan yang diberikan tersebut akan dijadikan cermin bagi individu untuk menilai dan memandang dirinya sendiri.

Meichati (1983) menyatakan bahwa harga diri pada seorang individu akan terbentuk dengan baik apabila didukung adanya kasih sayang dalam keluarga dan adanya penghargaan dari lingkungan. Perlakuan adil, pemberian kesempatan untuk aktif dan pendidikan yang demokratis terdapat pada individu yang memiliki harga diri yang tinggi. Kebutuhan akan dimengerti dan memahami diri sendiri bagi individu sangat erat kaitannya dengan kemantapan harga diri. Mengerti diri sendiri merupakan suatu keadaan dimana seseorang mengetahui sikap, sifat dan kemampuannya.

Menurut Coopersmith (1967) perkembangan harga diri pada individu akan berpengaruh terhadap proses pemikiran, perasaan-perasaan, keinginan-keinginan, nilai-nilai dan tujuan-tujuannya. Hal ini merupakan kunci utama dalam tingkah laku yang membawa ke arah keberhasilan atau kegagalan.

Harga diri pada individu terbentuk dari pengalaman-pengalaman sosial bukan faktor yang dibawa sejak lahir. Apabila seorang individu memperoleh tanggapan yang baik dari lingkungannya maka akan terbentuk harga diri yang baik dalam individu tersebut. Sebaliknya, harga diri individu akan mengalami gangguan atau rendah apabila individu memperoleh tanggapan yang kurang baik dari lingkungan sosialnya.

D. Hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri

Santrock (2003) mendefinisikan remaja sebagai masa perkembangan transisi antara masa anak dan masa dewasa yang mencakup perubahan biologis, kognitif, dan sosial-emosional. Perubahan biologis mencakup perubahan-perubahan dalam hakikat fisik individu. Perubahan kognitif meliputi perubahan dalam pikiran, inteligensi dan bahasa tubuh. Sedangkan perubahan sosial-emosional meliputi perubahan dalam hubungan individu dengan manusia lain, dalam emosi, dalam kepribadian, dan dalam peran dari konteks sosial dalam perkembangan.

Remaja yang sedang mengalami perkembangan biologis terlihat dari bertambahnya tinggi badan, bentuk badan, berat badan, dan sebagainya (Hurlock, 2004). Hal tersebut dapat menyebabkan remaja menjadi tidak percaya diri dengan perubahan bentuk tubuh yang dialaminya sehingga mereka menciptakan penampilan berbeda yang dapat menutupi perubahan bentuk tubuhnya. Dalam perubahan sosial-emosional remaja mengalami hubungan yang semakin luas dengan teman-temannya. Remaja juga mulai memperhatikan lawan jenisnya, sehingga mereka berusaha berpenampilan sebaik mungkin agar menarik. Selain itu, remaja harus menyesuaikan diri dengan teman sebaya dan orang di luar lingkungan keluarga. Remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapat dimengerti bahwa pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar daripada pengaruh keluarga (Hurlock, 2004). Misalnya, sebagian besar

remaja mengetahui bahwa bila mereka memakai model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompok yang populer, maka kesempatan untuk diterima oleh kelompok menjadi semakin besar.

Perilaku konsumtif pada remaja dapat disebabkan karena adanya keinginan untuk konform dengan teman sebaya. Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dimana individu mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang tidak lagi didasarkan atas pertimbangan rasional serta lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesenangan saja sehingga menimbulkan pemborosan (Suyasa & Fransisca, 2005; Widiastuti, 2003; Sabirin, 2005; Tambunan, 2001; Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia, Dahlan, Grinder, Lubis dalam Lina dan Rosyid, 1997). Sedangkan konformitas terhadap kelompok teman sebaya merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada fase remaja (Berk dalam Zebua dan Nurdjayadi, 2001). Konformitas cenderung lebih tinggi pada remaja awal dan kemudian akan menurun pada remaja akhir (Hurlock, 2004). Hal ini seiring dengan perkembangan kognisi dan emosi remaja yang semakin matang, maka remaja kemudian mampu menentukan perilaku atau nilai yang sesuai dengan diri remaja itu sendiri. Menurunnya konformitas pada remaja akhir ditunjukkan dengan adanya keinginan untuk berbeda dengan teman atau kelompok sebayanya (Hurlock, 2004).

Pada remaja pengaruh teman sebaya atau kelompoknya cenderung lebih besar daripada pengaruh keluarga. Konformitas timbul akibat dari adanya keinginan agar diterima kelompok. Penerimaan oleh kelompok sebaya menjadi

sesuatu yang cukup diperhatikan oleh remaja. Agar bisa diterima oleh kelompoknya, remaja sedapat mungkin untuk bisa sejalan dengan pola dan harapan kelompok. Dengan memperoleh kesamaan identitas kelompok, remaja merasa diakui oleh kelompok. Suatu perubahan sikap, perilaku atau kepercayaan seorang individu agar sesuai dengan norma kelompok atau norma sosial sebagai akibat tekanan kelompok yang nyata atau dibayangkan (Sarwono, 1984; Rakhmat, 2000; Morga, King, Robinson dalam Nindyati & Indria, 2007; Zebua & Nurdjayadi, 2001; Sears, Freedman, Peplau, 1991; Baron & Byrne, 2005; Chaplin, 2004; Kiesler & Kiesler, dalam Rakhmat, 2000). Konformitas banyak dilakukan oleh remaja putri daripada remaja putra. Remaja putri lebih mudah dipengaruhi serta cenderung tidak ingin berbeda dengan kelompoknya. Penelitian Rice (Zebua dan Nurdjayadi, 2001) menemukan bahwa remaja putri lebih konform terhadap kelompoknya dibandingkan dengan remaja putra. Selain itu Rice juga menemukan bahwa tekanan teman sebaya lebih dominan dalam kehidupan remaja putri. Hal ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Costanzo dan Shaw (1966) menunjukkan bahwa remaja putri memiliki tingkat konformitas lebih tinggi dari remaja putra.

Monks, Knoers, dan Haditomo (2004) mengemukakan bahwa pada masa remaja terjadi dua macam gerak, yaitu gerak remaja memisahkan diri dari orang tuanya dan gerak ke arah teman-teman sebayanya. Hal tersebut terjadi karena mereka menganggap orang dewasa kurang mengerti dan memahami keinginan mereka. Oleh karena itu mereka mencari dukungan dari teman-teman sebayanya. Seiring dengan itu, remaja mulai memperhatikan dan membandingkan

penampilannya dengan teman sebayanya. Dari kelompok sebayanya, remaja memperoleh informasi mengenai barang-barang yang sedang trendi sehingga mereka tidak segan-segan mengeluarkan uang demi menunjang penampilannya serta tidak dianggap ketinggalan. Selain itu, seringkali terjadi para remaja (remaja putri) dalam membeli barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan tetapi mengutamakan pemuasan kebutuhan secara psikologis saja. Remaja merasa puas apabila dapat membeli barang-barang yang oleh teman-teman sebayanya dianggap sedang trendi atau mode. Hal ini dapat menyebabkan remaja menjadi konsumtif karena dalam membeli barang hanya sekedar untuk mengikuti arus mode saja.

Kecenderungan remaja untuk menjadi konsumtif tersebut bisa merupakan indikasi bahwa mereka kurang percaya diri dan rendah diri. Menurut Rasimin (dalam Hidayati, 2001) seseorang menjadi konsumtif karena adanya *inferiority complex*, yaitu perasaan kecil dan rendah diri. Untuk menutupi hal tersebut dilakukan dengan mengkonsumsi barang-barang yang trendi dan sedang menjadi mode di pergaulan. Hal ini diperkuat oleh Hawkins (dalam Hidayati, 2001) menyatakan bahwa konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri dan mempunyai harga diri yang rendah akan membeli setiap produk yang mempunyai arti simbolik yang dianggap bisa menaikkan harga dirinya. Penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara positif atau negatif yang dipengaruhi oleh hasil interaksinya dengan orang-orang yang penting dilingkungannya serta dari sikap, penerimaan, penghargaan, dan perlakuan orang lain terhadap dirinya disebut harga diri (Baron & Byrne, 2004; Daradjat, 1976; Branden, 2001; Chaplin, 2004;

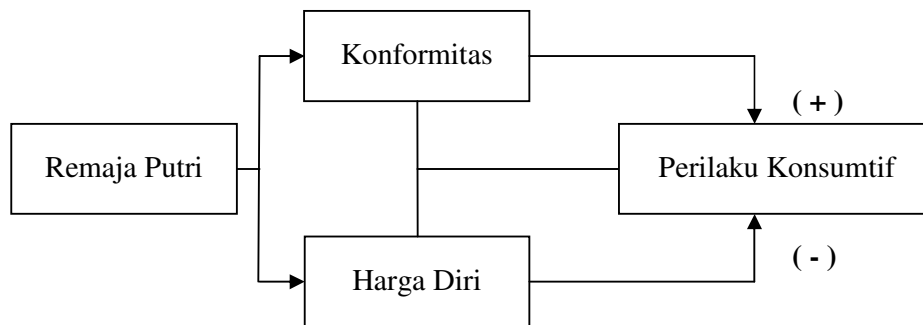
Tambunan, 2001; Dariyo & Ling, 2002; Coopersmith, 1967 dalam Sitompul, 1996; Worchel dalam Hudaniah & Dayakisni, 2003).

Menurut Harter (dalam Santrock, 2003) terdapat hubungan yang kuat antara penampilan diri dengan harga diri pada remaja. Seorang remaja yang tingkat harga dirinya cukup tinggi akan dapat melakukan dan mengambil keputusan untuk dirinya sendiri tanpa dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Berkaitan dengan perilaku konsumtifnya, remaja putri dapat mengontrol perilaku tersebut tanpa harus memikirkan pemakaian barang-barang yang dapat meningkatkan harga dirinya. Sebaliknya, remaja putri yang mempunyai harga diri rendah akan mencari pengakuan dari orang lain dan kelompoknya. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan menggunakan barang-barang yang dapat meningkatkan harga dirinya.

Sears, Freedman, dan Peplau (1991) menyatakan bahwa harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Remaja dengan harga diri yang rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada orang-orang yang harga dirinya tinggi. Jika tingkat harga diri remaja putri cukup tinggi, maka ia akan dapat melakukan dan mengambil keputusan untuk dirinya sendiri tanpa dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Sebaliknya jika tingkat harga diri remaja putri rendah, maka ia akan cenderung mengikuti tekanan dan kemauan sekitarnya serta teman sebayanya dalam hal ini melakukan perilaku konsumtif. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Tiara (dalam Hidayati, 2001) bahwa kecenderungan memiliki suatu produk baru biasanya terlihat pada orang yang memiliki rasa percaya diri dan harga diri yang rendah.

Berdasar uraian di atas terlihat adanya suatu keterkaitan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Perilaku konsumtif merupakan bentuk khusus dari perilaku membeli yang dilakukan oleh remaja putri dalam rangka menunjang penampilan diri yang terkait dengan harga dirinya. Seorang remaja yang mempunyai rasa rendah diri akan menggunakan barang-barang yang mempunyai arti secara simbolik dapat meningkatkan harga dirinya. Sementara itu, perilaku konsumtif juga tidak terlepas dari pengaruh kelompok. Akibat ingin diterima dan diakui oleh kelompok teman-teman sebayanya remaja rela membeli barang yang tidak berbeda dengan kelompoknya tanpa memikirkan kegunaannya.

E. Kerangka Pemikiran



Bagan 1

Kerangka Pemikiran

Keterangan :

(+) : Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri bersifat positif. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula

perilaku konsumtif , dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada remaja putri

(-) : Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri bersifat negatif. Semakin rendah harga diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif , dan sebaliknya semakin tinggi harga diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada remaja putri

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap masalah penelitian yang masih perlu dibuktikan secara empiris, (Arief, 2003). Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. Terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri
2. Terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri
3. Terdapat hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel tergantung : Perilaku konsumtif
2. Variabel bebas :
 - a. Konformitas
 - b. Harga Diri

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dimana bersifat impulsif, pemborosan, dan dilakukan atas dasar kesenangan semata. Item-item pada skala perilaku konsumtif ini disusun sendiri oleh peneliti dan belum pernah digunakan sebelumnya. Penyusunan skala ini berdasarkan teori yang dikemukakan Lina dan Rosyid (1997) yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

Bentuk skala yang digunakan adalah model rating yang dijumlahkan (model Likert), yaitu merupakan metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan skalanya. Skor untuk skala perilaku konsumtif bergerak dari 0-3 dengan memperhatikan sifat item favorabel dan unfavorabel. Ketentuan penyekorannya adalah semakin tinggi skor

subjek maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya dan sebaliknya semakin rendah skor subjek maka semakin rendah perilaku konsumtifnya.

2. Konformitas

Konformitas adalah suatu perubahan sikap, perilaku atau kepercayaan seorang individu agar sesuai dengan norma kelompok dan norma sosial sebagai akibat tekanan kelompok yang nyata atau dibayangkan. Item-item skala konformitas disusun sendiri oleh peneliti dan belum pernah digunakan sebelumnya. Penyusunan skala ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Baron dan Byrne (2005) serta Turner (dalam Surya, 1999) yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional.

Bentuk skala yang digunakan adalah model rating yang dijumlahkan (model Likert), yaitu merupakan metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan skalanya. Skor untuk skala konformitas bergerak dari 0-3 dengan memperhatikan sifat item favorabel dan unfavorabel. Ketentuan penyekorannya adalah semakin tinggi skor subjek maka semakin tinggi konformitasnya dan semakin rendah skor subjek maka semakin rendah konformitasnya.

3. Harga diri

Harga diri adalah penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara positif atau negatif yang dipengaruhi oleh hasil interaksinya dengan orang-orang yang penting dilingkungannya serta dari sikap, penerimaan, penghargaan, dan

perlakuan orang lain terhadap dirinya. Item-item pada skala ini disusun sendiri oleh peneliti dan belum pernah digunakan sebelumnya. Penyusunan skala ini berdasarkan teori yang telah dikemukakan Coopersmith (1967) yaitu *self values*, *leadership popularity*, *family parents*, dan *achievement*.

Bentuk skala yang digunakan adalah model rating yang dijumlahkan (model Likert), yaitu merupakan metode penskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respons sebagai dasar penentuan skalanya. Skor untuk skala harga diri bergerak dari 0-3 dengan memperhatikan sifat item favorabel dan unfavorabel. Semakin tinggi skor subjek maka semakin tinggi pula harga dirinya dan semakin rendah skor subjek maka semakin rendah juga harga dirinya.

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah siswi kelas X SMU Negeri 1 Sragen. Alasan penggunaan subjek kelas X karena dianggap mewakili untuk dijadikan subjek penelitian. Siswi kelas X umumnya berada pada rentang usia 14-16 tahun. Menurut Monks, Knoers, dan Haditomo (2004) masa remaja berlangsung antara usia 12-21 tahun. Siswi kelas XI tidak dapat digunakan sebagai subjek penelitian karena sudah digunakan oleh peneliti lain. Sedangkan jika menggunakan siswi kelas XII pihak sekolah merasa keberatan karena mengganggu proses belajar mengajar dalam mempersiapkan ujian akhir nasional.

D. Populasi, Sampel dan Sampling

1. Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah seluruh siswi kelas X SMA Negeri 1 Sragen. Pada kelas X ini terdapat delapan kelas yaitu X-a, X-b, X-c, X-d, X-e, X-f, X-g, dan X-h.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini adalah *cluster sample*. *Cluster sample* adalah sampel yang berdasarkan *cluster* atau kelompok yang terdapat dalam populasi (Hadi, 2004). Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan *cluster* adalah kelas. Penelitian ini akan mengambil empat kelas sebagai sampel penelitian.

3. Sampling

Sampel dalam penelitian diambil dengan menggunakan teknik *Cluster Random Sampling*, yaitu pemilihan secara acak atau random dari kelas-kelas yang digunakan sebagai sampel (Sudjana, 2002). Alasan penggunaan teknik *Cluster Random Sampling* karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan *cluster* atau kelompok sehingga masing-masing kelas mempunyai kesempatan yang sama menjadi subjek penelitian. Cara yang digunakan dalam pemilihan adalah dengan undian. Undian dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Membuat suatu daftar yang berisi semua kelas yang ada dalam populasi.

- b. Memberikan kode-kode yang berupa angka-angka untuk tiap-tiap kelas yang dimaksudkan.
- c. Menuliskan masing-masing kode ke dalam lembar kertas kecil-kecil.
- d. Menggulung kertas yang sudah berisikan kode.
- e. Memasukkan gulungan-gulungan kertas ke dalam kaleng atau semacamnya.
- f. Mengocok kaleng yang berisi gulungan-gulungan kertas.
- g. Mengambil kertas gulungan sebanyak yang dibutuhkan.

Jumlah kelas yang dibutuhkan sebanyak 7 kelas. Tiga kelas digunakan untuk *try out* dan empat kelas untuk penelitian.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah skala pengukuran psikologis. Adapun skala yang digunakan dalam penelitian ini ada tiga macam skala yaitu skala perilaku konsumtif, skala konformitas dan skala harga diri.

1. Skala perilaku konsumtif

Skala ini digunakan untuk mengungkap tinggi rendahnya perilaku konsumtif pada remaja putri. Penyusunan skala perilaku konsumtif ini disusun sendiri oleh peneliti dan belum pernah digunakan sebelumnya. Penyusunan skala ini berdasarkan teori yang telah dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (1997) terdiri dari 3 aspek yaitu :

a. Pembelian impulsif (*Impulsive buying*), perilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa pertimbangan dan biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (*wasteful buying*), perilaku konsumtif adalah perilaku menghamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Mencari kesenangan (*non rational buying*), Suatu perilaku dimana remaja membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.

2. Skala konformitas

Skala ini digunakan untuk mengungkap tinggi rendahnya konformitas pada remaja putri. Penyusunan skala konformitas ini disusun sendiri oleh peneliti dan belum pernah digunakan sebelumnya. Penyusunan skala konformitas ini berdasarkan teori yang telah dikemukakan oleh Baron dan Byrne (2005) serta Turner (dalam Surya, 1999) terdiri dari 2 aspek yaitu :

a. Pengaruh sosial normatif, Pengaruh sosial yang didasarkan pada keinginan individu untuk disukai atau diterima oleh orang lain

b. Pengaruh sosial informasional, didasarkan atas adanya pengaruh menerima pendapat kelompok.

3. Skala harga diri

Skala ini digunakan untuk mengungkap tinggi rendahnya harga diri pada remaja putri. Penyusunan skala harga diri ini disusun sendiri oleh peneliti dan belum pernah digunakan sebelumnya. Penyusunan skala harga diri ini berdasarkan

teori yang telah dikemukakan oleh Coopersmith (1967) yang terdiri dari 4 aspek yaitu :

- 1) *Self values*, nilai-nilai pribadi individu yaitu isi dari diri sendiri.
- 2) *Leadership popularity*, individu memiliki harga diri yang tinggi cenderung mempunyai kemampuan yang dituntut dalam kepemimpinan (leadership). popularitas merupakan penilaian individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan pengalaman keberhasilan yang diperoleh dalam kehidupan sosialnya dan tingkat popularitasnya mempunyai hubungan dalam harga diri.
- 3) *Family parents*, penerimaan keluarga yang positif pada anak-anak akan memberi dasar bagi pembentukan rasa harga diri yang tinggi pada masa dewasanya kelak.
- 4) *Achievement*, individu dengan harga diri yang tinggi cenderung memiliki karakteristik kepribadian yang dapat mengarahkan pada kemandirian sosial dan kreativitas yang tinggi.

Ketiga skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 4 kategori pilihan jawaban yang dipisahkan menjadi pernyataan favorabel dan unfavorabel, yaitu (SS) sangat setuju, (S) setuju, (TS) tidak setuju, dan (STS) sangat tidak setuju. Distribusi skor subjek terlihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1
Distribusi Skor Skala

Pilihan Jawaban	Bentuk Pernyataan	
	Favorabel	Unfavorabel
Sangat Setuju (SS)	3	0
Setuju (S)	2	1
Tidak Setuju (TS)	1	2
Sangat Tidak Setuju(STS)	0	3

F. Metode Analisis Data

1. Analisis instrumen penelitian

a. Validitas

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrument pengukuran dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas yang rendah (Azwar, 2008).

Dalam penelitian ini, validitas alat ukur akan dipenuhi dengan validitas isi. Penggunaan validitas isi akan menunjukkan sejauh mana butir-butir dalam alat ukur mencakup keseluruhan kawasan isi yang hendak diukur oleh alat ukur tersebut (Azwar, 2008). Salah satu cara yang sederhana untuk melihat apakah validitas isi telah terpenuhi adalah dengan melihat apakah butir-butir dalam skala telah ditulis sesuai dengan *blue print*-nya, yaitu telah sesuai dengan batasan kawasan ukur yang telah ditetapkan semula dan memeriksa apakah masing-masing butir telah sesuai dengan indikator perilaku yang akan diungkap. Analisis

rasional ini juga dilakukan oleh pihak yang berkompoten untuk menganalisis skala tersebut. Prosedur validitas skala melalui pengujian isi skala dengan menganalisis secara rasional oleh *professional judgement*, yaitu pembimbing.

Langkah selanjutnya adalah prosedur seleksi aitem berdasarkan data empiris dengan melakukan analisis kuantitatif terhadap parameter-parameter aitem. Pada tahap ini akan dilakukan seleksi aitem berdasarkan daya diskriminasinya. Daya diskriminasi aitem adalah sejauhmana aitem mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan yang tidak memiliki atribut yang diukur. Indeks daya diskriminasi aitem merupakan pula indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi aitem dengan fungsi skala secara keseluruhan yang dikenal dengan istilah konsistensi aitem total (Azwar, 2008).

Pengujian daya diskriminasi aitem dilakukan dengan komputasi koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan suatu kriteria yang relevan, yaitu distribusi skor skala itu sendiri. Komputasi ini akan menghasilkan koefisien korelasi aitem total (r_{ix}) yang dikenal pula dengan sebutan parameter daya beda aitem. Semakin tinggi koefisien korelasi positif antara skor aitem dengan skor skala berarti semakin tinggi konsistensi antara aitem tersebut dengan skala secara keseluruhan yang berarti makin tinggi daya bedanya. Bila koefisien korelasi rendah mendekati nol berarti fungsi aitem tersebut tidak cocok dengan fungsi ukur skala dan daya bedanya tidak baik. Bila koefisien korelasi yang dimaksud ternyata berharga negatif, artinya terdapat cacat serius pada aitem yang bersangkutan (Azwar, 2008).

Sebagai kriteria pemilihan item berdasarkan korelasi item-total dengan cara membandingkan nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Menurut Sarwono (2006) apabila ditemukan $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka dinyatakan valid. Guna mempermudah perhitungan, maka akan dibantu dengan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) *ver. 16.0*.

b. Reliabilitas

Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau keterpercayaan hasil ukur, yang mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar, 2008). Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien reliabilitas ($r_{xx'}$) yang angkanya berada dalam rentang 0 sampai dengan 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas. Sebaliknya, koefisien reliabilitas yang semakin rendah mendekati 0 berarti semakin rendah reliabilitas.

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan formula *Alpha Cronbach* yaitu dengan membelah item-item sebanyak dua atau tiga bagian, sehingga setiap belahan berisi item dengan jumlah yang sama banyak. Untuk mempermudah perhitungan, digunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) *version 16.0 for windows*.

2. Analisis data penelitian

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi dua prediktor. Penggunaan analisis regresi dua prediktor dengan pertimbangan penelitian ini memiliki dua variabel bebas yaitu konformitas dan harga diri serta satu variabel tergantung yaitu perilaku konsumtif. Selanjutnya guna

mempermudah perhitungan maka akan diolah dengan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 16.0 for windows*.

Rumus analisis regresi dua prediktor adalah sebagai berikut :

$$R_{y(1,2)} = \sqrt{\frac{a_1 \sum x_1 y + a_2 \sum x_2 y}{\sum y^2}}$$

(Hadi, 2004)

Keterangan :

$R_{y(1,2)}$: koefisien korelasi perilaku konsumtif dengan konformitas dan harga diri

a_1 : koefisien prediktor konformitas

a_2 : koefisien prediktor harga diri

$\sum x_1 y$: jumlah hasil antar konformitas dan perilaku konsumtif

$\sum x_2 y$: jumlah hasil antar harga diri dan perilaku konsumtif

$\sum y^2$: jumlah kuadrat perilaku konsumtif

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Persiapan Penelitian

1. Orientasi kancan penelitian

Persiapan penelitian diawali dengan menentukan lokasi yang akan dijadikan tempat penelitian. Lokasi pelaksanaan penelitian adalah SMA Negeri 1 Sragen yang beralamat di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 16 Sragen 57214. Awal pendirian Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 1 Sragen didasarkan atas semangat kebangsaan yang tinggi dan dorongan memajukan daerah serta memenuhi kebutuhan masyarakat dibidang pendidikan. Dengan prakarsa bupati Sragen pada waktu itu yaitu Bapak Mustajab, maka terbentuklah sebuah lembaga pendidikan yang bernama “SMA^{ABC} Persiapan Negeri” (1960-1961). Lembaga Pendidikan yang bernama SMA ABC Persiapan Negeri ini menempati sebuah gedung yang berlokasi di desa Bangunsari yaitu gedung Sekolah Rakyat Latihan (SRL). Karena adanya perebutan tempat dengan siswa SRL, maka proses belajar mengajar SMA ABC dipindahkan sementara ke SMP 1 Sragen sambil menunggu gedung yang baru di Ringinanom. Setelah gedung baru di Ringinanom berdiri, maka semua siswa dipindahkan. Satu tahun setelah pendirian “SMA^{ABC} Persiapan Negeri” tepatnya tanggal 1 Agustus 1961 lembaga pendidikan tersebut mendapat SK Penegrian dengan Kepala Sekolah Raden Tumenggung Tondo Negoro yang merangkap Kepala SMA ABC 4 Surakarta. Pada bulan Juli 1965 SMA Negeri Sragen menempati gedung baru di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 16 Sragen

yang ditempati hingga sekarang dengan luas tanah sebesar 18.285 m² dan luas bangunan sebesar 4.581 m².

Visi dari SMA Negeri 1 Sragen adalah unggul dalam prestasi, luhur dalam budi pekerti. Sedangkan misi dari SMA Negeri 1 Sragen adalah:

- a. Meningkatkan mutu pendidikan yang mengintegrasikan sistem nilai, agama, dan budaya dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi.
- b. Mengembangkan seluruh potensi siswa secara optimal baik dalam bidang akademis maupun non akademis.
- c. Mengoptimalkan seluruh potensi sumber daya manusia dan sarana prasarana yang ada di sekolah dan mensinergikan seluruh potensi guna mewujudkan visi sekolah secara optimal.
- d. Menjalin hubungan yang harmonis antara sekolah dengan wali murid, masyarakat, instansi dan lembaga terkait dalam rangka pencapaian visi sekolah yang optimal.

SMA Negeri 1 Sragen memiliki kondisi fisik yang cukup baik dengan dilengkapi sarana dan prasarana pembelajaran yang menunjang keberlangsungan system belajar mengajar. Fasilitas-fasilitas yang dimiliki antara lain:

- a. Administrasi, meliputi: satu ruang kepala sekolah, satu ruang wakil kepala sekolah, satu ruang guru, dan satu ruang tata usaha.
- b. Kegiatan belajar, meliputi: ruang kelas sebanyak 26 kelas, dua ruang laboratorium fisika, dua ruang laboratorium kimia, dua ruang laboratorium biologi, satu ruang laboratoriu bahasa, dua ruang laboratorium TIK,

laptop sebanyak 24 unit, LCD sebanyak 20 buah, dan komputer sebanyak 75 unit.

- c. Penunjang pendidikan, meliputi: satu ruang perpustakaan, satu ruang OSIS, satu ruang koperasi siswa, satu ruang kegiatan klub pecinta alam, satu ruang Bimbingan dan Konseling (BK), satu ruang UKS, dan satu ruang percetakan.
- d. Penunjang lainnya, meliputi: satu ruang aula, lapangan basket, lapangan voli, masjid, area hotspots, satu gardu satpam, dua rumah penjaga, tiga ruang ganti, empat ruang gedung, empat kantin sekolah, dan kamar mandi & WC sebanyak 19 buah.

Kegiatan ekstra kulikuler di SMA Negeri 1 Sragen antara lain basket, pramuka, PMR (Palang Merah Remaja), pualam (kegiatan pecinta alam), dan teater.

Jumlah keseluruhan siswa SMA Negeri 1 Sragen adalah 899 orang dengan perincian kelas X sebanyak 285 orang, kelas XI sebanyak 231 orang, kelas XII sebanyak 363 orang dan kelas akselerasi sebanyak 20 orang. Jumlah guru yang mengajar di SMA Negeri 1 Sragen sebanyak 71 orang Pegawai Negeri Sipil (PNS) dan 17 orang Guru tidak tetap (GTT). Sedangkan staf tata usaha sebanyak 5 orang dan pesuruh sebanyak 11 orang.

2. Persiapan alat ukur

Alat ukur yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah skala psikologis, yang terdiri dari skala perilaku konsumtif, skala konformitas, dan skala harga diri.

a. Skala perilaku konsumtif

Skala perilaku konsumtif digunakan untuk mengungkap tingkat perilaku konsumtif subjek penelitian. Penyusunan skala perilaku konsumtif berdasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (1997) yaitu pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*), dan mencari kesenangan (*non rational buying*).

Skala perilaku konsumtif ini berjumlah 40 item yang terdiri atas 22 item favorabel dan 18 item unfavorabel. Distribusi skala perilaku konsumtif sebelum uji coba dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2
Distribusi Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba

Aspek	Indikator perilaku	No Item		Jumlah
		F	UF	
Pembelian impulsif	Keinginan sesaat	19, 24, 27	2, 9, 15, 39	7
	Tanpa pertimbangan	3, 21, 22	32, 36	5
Pemborosan	Boros	33, 35, 37, 40	7, 12, 20, 29	8
	Mengikuti tren	1, 11, 17, 28	8, 13, 38	7
Mencari kesenangan	Mencari kesenangan	5, 10, 14, 18	16, 26	6
	Mencari kepuasan	6, 23, 31, 34	4, 25, 30	7
Jumlah		22	18	40

b. Skala konformitas

Skala konformitas digunakan untuk mengungkap tingkat konformitas subjek penelitian. Penyusunan skala berdasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Baron dan Byrne (2005) serta Turner (dalam Surya, 1999) yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional.

Skala konformitas ini berjumlah 30 item yang terdiri atas 14 item favorabel dan 16 item unfavorabel. Distribusi skala konformitas sebelum uji coba dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 3
Distribusi Skala Konformitas Sebelum Uji Coba

Aspek	Indikator perilaku	No Item		Jumlah
		F	UF	
Normatif	Disukai orang lain	2, 27, 29	12, 15, 19, 21	7
	Menghindari penolakan	5, 8, 13, 18	1, 4, 7, 17, 20	9
Informasional	Menerima pendapat kelompok	3, 11, 22, 30	10, 23, 24, 25	8
	Membenarkan kelompok	6, 9, 14	16, 26, 28	6
Jumlah		14	16	30

c. Skala harga diri

Skala harga diri digunakan untuk mengungkap tingkat harga diri yang dimiliki oleh subjek penelitian. Penyusunan skala berdasarkan pada teori yang dikemukakan oleh Coopersmith (1967) yaitu *self values*, *leadership popularity*, *family parents*, dan *achievement*.

Skala konformitas ini berjumlah 50 item yang terdiri atas 22 item favorabel dan 28 item unfavorabel. Distribusi skala harga diri sebelum uji coba dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel 4
Distribusi Skala Harga Diri Sebelum Uji Coba

Aspek	Indikator perilaku	No Item		Jumlah
		F	UF	
<i>Self values</i>	Menyukai diri	1, 14, 21, 27, 50	6, 18, 37, 38, 47	10
<i>Leadership Popularity</i>	Kepemimpinan	19, 33, 48	39, 40	5
	Keberhasilan	2, 25, 28, 43	10, 15, 20, 23, 34, 44, 46	11
<i>Family Parents</i>	Penerimaan keluarga	9, 17, 35	4, 12, 30, 32, 36, 49	9
<i>Achievement</i>	Kemandirian sosial	7, 13, 26, 42	3, 16, 41, 45	8
	Kreativitas	5, 11, 24, 29	8, 22, 31	7
Jumlah		23	27	50

3. Pelaksanaan uji coba

Sebelum digunakan untuk mengambil data penelitian pada subjek penelitian, ketiga skala yang telah disusun terlebih dahulu dilakukan uji coba untuk mengetahui indeks daya beda aitem-aitem dari masing-masing skala dan reliabilitas dari skala tersebut. Menurut Azwar (2008), uji coba terhadap aitem skala psikologi bertujuan untuk mengetahui apakah kalimat dalam aitem mudah dan dapat dipahami oleh responden sebagaimana yang diinginkan oleh penulis aitem, dan sebagai salah satu cara praktis untuk memperoleh data dari responden

yang akan digunakan untuk penskalaan atau untuk evaluasi kualitas aitem secara statistik.

Uji coba yang berupa skala perilaku konsumtif, skala konformitas, dan skala harga diri dalam penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 7 Maret 2009 yang dikenakan pada siswa putri kelas X SMA Negeri 1 Sragen berjumlah 3 kelas (52 orang). Pendistribusian skala dikoordinasi oleh peneliti secara langsung dan subjek dikumpulkan dalam ruang kelas masing-masing. Sebanyak 52 eksemplar yang dibagikan, semua terkumpul dan semuanya memenuhi syarat untuk diskor dan dianalisis validitas dan reliabilitasnya.

4. Perhitungan Validitas dan Reliabilitas

Hasil uji coba alat ukur skala perilaku konsumtif, konformitas dan harga diri direkam dalam *spread sheet Microsoft Excell 2003 for Windows*. Setelah itu, perhitungan validitas aitem untuk skala perilaku konsumtif, konformitas, dan harga diri dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *Product Moment* dari Pearson, yaitu mencari korelasi antara skor aitem dengan skor total aitem. Sedangkan perhitungan reliabilitasnya dihitung dengan teknik analisis reliabilitas *Cronbach's Alpha*. Perhitungan validitas dan reliabilitas skala pada pendekatan ini menggunakan program analisis validitas dan reliabilitas butir program statistik *SPSS 16.0 for Windows*. Uji validitas akan menentukan aitem yang gugur dan sah.

1. Uji validitas dan reliabilitas skala perilaku konsumtif

Hasil uji validitas skala perilaku konsumtif dapat diketahui dari 40 item yang di ujicobakan, diperoleh indeks korelasi item berkisar antara -0,098 sampai dengan 0,708. Ada 12 item dinyatakan tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% dan $N = 52$ dengan nilai kritis 0,273. Selanjutnya dari analisis korelasi item total yang telah dikoreksi, diperoleh 28 item sah dengan indeks korelasi item berkisar antara 0,292 sampai dengan 0,743. Reliabilitas skala yang ditunjukkan dengan koefisien Alpha sebesar 0,906. Dengan demikian, skala perilaku konsumtif ini dianggap cukup andal sebagai alat ukur penelitian. Ringkasan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Skala Perilaku Konsumtif	Validitas	Reliabilitas
N = 40	-0,098 – 0,708	0,887
N = 28	0,292 – 0,743	0,906

Distribusi item skala perilaku konsumtif yang sah dan gugur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6
Distribusi Item Sahih dan Item Gugur Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator perilaku	Item Sahih		Item Gugur		Total
		F	UF	F	UF	
Pembelian impulsif	Keinginan sesaat	19, 24, 27	9, 15		2, 39	7
	Tanpa pertimbangan	21, 22	32, 36	3		5
Pemborosan	Boros	35, 40	7, 20,	33, 37	12, 29	8
	Mengikuti tren	1, 11, 17, 28	8, 13		38	7
Mencari kesenangan	Mencari kesenangan	10, 14	16, 26	5, 18		6
	Mencari kepuasan	23, 31, 34	25, 30	6	4	7
Total		16	12	6	6	40

2. Uji validitas dan reliabilitas skala konformitas

Hasil uji validitas skala konformitas dapat diketahui dari 30 item yang di ujicobakan, diperoleh indeks korelasi item berkisar antara 0,148 sampai dengan 0,630. Ada 10 item dinyatakan tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% dan $N = 52$ dengan nilai kritis 0,273. Selanjutnya dari analisis korelasi item total yang telah dikoreksi, diperoleh 20 item sah dengan indeks korelasi item berkisar antara 0,301 sampai dengan 0,671. Reliabilitas skala yang ditunjukkan dengan koefisien Alpha sebesar 0,850. Dengan demikian, skala konformitas ini dianggap cukup andal sebagai alat ukur penelitian. Ringkasan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Konformitas

Skala Perilaku Konsumtif	Validitas	Reliabilitas
N = 30	0,148 – 0,630	0,833
N = 20	0,301 – 0,671	0,850

Distribusi item skala perilaku konsumtif yang sah dan gugur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8
Distribusi Item Sah dan Item Gugur Skala Konformitas Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator perilaku	Item Sah		Item Gugur		Total
		F	UF	F	UF	
Normatif	Disukai orang lain	2, 29	12, 15, 19, 21	27		7
	Menghindari penolakan	13, 18	1, 17, 20	5, 8	4, 7	9
Informasional	Menerima pendapat kelompok	11, 30	23, 25	3, 22	10, 24	8
	Membenarkan kelompok	9, 14	16, 26, 28	6		6
Total		8	12	6	4	30

3. Uji validitas dan reliabilitas skala harga diri

Hasil uji validitas skala harga diri dapat diketahui dari 50 item yang di ujicobakan, diperoleh indeks korelasi item berkisar antara -0,041 sampai dengan 0,655. Ada 12 item dinyatakan tidak valid karena $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 5% dan N = 52 dengan nilai kritis 0,273. Selanjutnya dari analisis korelasi item total yang telah dikoreksi, diperoleh 38 item sah dengan indeks korelasi item berkisar antara 0,275 sampai dengan 0,661. Reliabilitas skala yang

ditunjukkan dengan koefisien Alpha sebesar 0,907. Ringkasan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 9
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Harga Diri

Skala Perilaku Konsumtif	Validitas	Reliabilitas
N = 50	-0,041 – 0,655	0,897
N = 38	0,275 – 0,661	0,907

Distribusi item skala perilaku konsumtif yang sah dan gugur dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 10
Distribusi Item Sah dan Item Gugur Skala Harga Diri Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator perilaku	Item Sah		Item Gugur		Total
		F	UF	F	UF	
<i>Self Values</i>	Menyukai diri	1, 14, 21	6, 37, 38, 47	27, 50	18	10
<i>Leadership Popularity</i>	Kepemimpinan	19, 33	39, 40	48		5
	Keberhasilan	2, 25, 43	10, 15, 23, 34, 44, 46	28	20	11
<i>Family Parents</i>	Penerimaan keluarga	9, 35	4, 12, 30, 32, 36, 49	17		9
<i>Achievement</i>	Kemandirian Sosial	26, 42	41, 45	7, 13	3, 16	8
	Kreativitas	5, 11, 29	8, 22, 31	24		7
Total		15	23	8	4	50

5. Penyusunan Alat Ukur untuk Penelitian dengan Nomor Urut Baru

Setelah dilakukan perhitungan validitas dan reliabilitas, maka langkah selanjutnya adalah menyusun alat ukur untuk penelitian. Item yang telah gugur

tidak dipakai lagi dalam alat ukur untuk penelitian dan item yang sah disusun dengan nomor urut yang baru, kemudian digunakan lagi untuk pelaksanaan penelitian item skala perilaku konsumtif, konformitas dan harga diri setelah uji coba dapat dilihat pada tabel 8, tabel 9, dan tabel 10 berikut ini.

Tabel 11
Distribusi Item Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator perilaku	No Item		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
Pembelian impulsif	Keinginan sesaat	12, 17, 20	4, 9	5
	Tanpa pertimbangan	14, 15	24, 27	4
Pemborosan	Boros	26, 28	2, 13	4
	Mengikuti tren	1, 6, 11, 21	3, 7	6
Mencari kesenangan	Mencari kesenangan	5, 8	10, 19	4
	Mencari kepuasan	16, 23, 25	18, 22	5
Jumlah		16	12	28

Tabel 12
Distribusi Item Skala Konformitas Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator perilaku	No Item		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
Normatif	Disukai orang lain	2, 19	5, 8, 12, 14	6
	Menghindari penolakan	6, 11	1, 10, 13	5
Informasional	Menerima pendapat kelompok	4, 20	15, 16	4
	Menjadi benar	3, 7	9, 17, 18	5
Jumlah		8	12	20

Tabel 13
Distribusi Item Skala Harga Diri Setelah Uji Coba

Aspek	Indikator perilaku	No Item		Jumlah
		Favorabel	Unfavorabel	
<i>Self values</i>	Menyukai diri	1, 11, 14	5, 27, 28, 37	7
<i>Leadership Popularity</i>	Kepemimpinan	13, 23	29, 30	4
	Keberhasilan	2, 17, 33	8, 12, 16, 24, 34, 36	9
<i>Family Parents</i>	Penerimaan keluarga	7, 25	3, 10, 20, 22, 26, 38	8
<i>Achievement</i>	Kemandirian sosial	18, 32	31, 35	4
	Kreativitas	4, 9, 19	6, 15, 21	6
Jumlah		15	23	38

B. Pelaksanaan Penelitian

1. Penentuan Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah siswi putri kelas X SMA Negeri 1 Sragen sebanyak 122 orang dengan perincian 3 kelas (52 orang) untuk uji coba dan 4 kelas (70 orang) untuk penelitian. Alasan menggunakan kelas X karena dipandang mewakili sampel penelitian untuk dijadikan sebagai sampel penelitian. Siswi kelas X umumnya berada pada rentang usia 14-16 tahun. Menurut Monks, Knoers, dan Haditomo (2004) masa remaja berlangsung antara usia 12-21 tahun. Siswi kelas XI tidak dapat digunakan sebagai subjek penelitian karena sudah digunakan oleh peneliti lain. Sedangkan jika menggunakan siswi kelas XII pihak sekolah merasa keberatan karena mengganggu proses belajar mengajar dalam mempersiapkan ujian akhir nasional.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian adalah *cluster random sampling*, karena sampel yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan *cluster* atau kelompok berupa kelas sehingga masing-masing kelas mempunyai kesempatan yang sama menjadi subjek penelitian.

2. Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan pada tanggal 7 Maret 2009, skala perilaku konsumtif (Y), skala konformitas (X1), dan skala harga diri (X2) diberikan secara langsung kepada masing-masing subjek. Sebelum mengisi skala, peneliti menerangkan tentang cara pengisian dengan alasan agar subjek tidak keliru dalam mengisi skala. Pemberian skala dilakukan langsung oleh peneliti di ruang kelas masing-masing. Waktu yang dibutuhkan untuk mengisi masing-masing skala sekitar 10-15 menit. Dari 65 eksemplar yang dibagikan pada subjek, seluruhnya terkumpul dan semuanya memenuhi syarat untuk dianalisis. Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan skoring.

3. Pelaksanaan Skoring

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah memberikan skor pada hasil pengisian skala untuk keperluan analisis data. Skor untuk masing-masing skala bergerak dari 0–3 dengan memperhatikan sifat item favorabel (mendukung) dan unfavorabel (tidak mendukung). Distribusi skor subjek terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 14
Distribusi Skor Skala

Pilihan Jawaban	Bentuk Pernyataan	
	Favorabel	Unfavorabel
Sangat Setuju (SS)	3	0
Setuju (S)	2	1
Tidak Setuju (TS)	1	2
Sangat Tidak Setuju(STS)	0	3

Kemudian skor yang diperoleh dari subjek penelitian dijumlahkan untuk masing-masing skala. Total skor skala yang diperoleh dari subjek penelitian ini akan dipakai dalam analisis data.

C. Analisis Data

1. Hasil uji asumsi

a. Uji normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dari setiap variabel penelitian terdistribusi normal atau tidak. Data yang layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal (Nugroho, 2005). Berdasarkan uji normalitas dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* dan dianalisis menggunakan program *SPSS 16.0 for windows*, hasilnya dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 15
Hasil Uji Normalitas

Variabel	K-S Z	Asym. Sig (2-tailed)	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0,931	0,351 (p>0,05)	Distribusi Normal
Konformitas	0,919	0,366 (p>0,05)	Distribusi Normal
Harga Diri	0,650	0,791 (p>0,05)	Distribusi Normal

Dari tabel uji normalitas dapat dilihat bahwa *Asymptotic Significance* dua sisi ketiga variabel penelitian memiliki probabilitas di atas 0,05. Ini berarti data dari variabel konformitas, harga diri dan perilaku konsumtif terdistribusi normal.

b. Uji linieritas

Uji linieritas hubungan ini dilakukan untuk melihat adanya linieritas hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang dilakukan dalam penelitian. Hasil uji linieritas dianalisis menggunakan program *SPSS 16.0 for windows*. Berdasarkan uji linieritas dengan menggunakan metode polinomial dan dianalisis menggunakan program *SPSS 16.0 for window* didapat hasil bahwa hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif adalah linier. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian F_{hitung} pada bagian *deviation* = 0,933 dan nilai F_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 = 3,15 atau dikatakan $F_{hitung} < F_{tabel}$. Sedangkan nilai probabilitas adalah sebesar 0,546 > 0,05.

Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif adalah linier. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian F_{hitung} pada bagian *deviation* = 0,899 dan nilai F_{tabel} dengan taraf signifikansi 0,05 = 3,15 atau dikatakan $F_{hitung} < F_{tabel}$. Sedangkan nilai probabilitas adalah sebesar 0,617 > 0,05. Maka dapat dikatakan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat terdapat hubungan yang linier. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 16
Hasil Uji Linieritas

Variabel	F_{beda}	P	Keterangan
Konformitas dengan perilaku konsumtif	0,933	0,546	Linier
Harga diri dengan perilaku konsumtif	0,899	0,617	Linier

c. Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk menguji ada tidaknya korelasi antar variabel bebas konformitas dan harga diri pada model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas (Nugroho, 2005). Jika nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai *Tolerance* tidak kurang dari 0,10, maka model dapat dikatakan terbebas dari multikolinieritas.

Dari hasil uji multikolinieritas pada bagian *Coefficients* yang dianalisis menggunakan program *SPSS 16.0 for Windows*, terlihat angka VIF (*Variance Inflation Factor*) sebesar 1,098 untuk variabel konformitas dan 1,098 untuk variabel harga diri. Sedangkan nilai *Tolerance* sebesar 0,911 untuk konformitas dan harga diri. Pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas adalah jika nilai VIF dan *Tolerance* berada di sekitar angka 1. Karena nilai VIF dan *Tolerance* pada variabel konformitas dan harga diri berada di sekitar angka 1, berarti tidak terjadi multikolinieritas antara konformitas dan harga diri. Tidak adanya korelasi antara konformitas dan harga diri juga ditunjukkan oleh besarnya korelasi antara konformitas dan harga diri sebesar -0,298 (kurang dari 0,500). Hal ini berarti antara variabel bebas konformitas dan harga diri dapat dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, atau dapat dikatakan pula bahwa konformitas dan harga diri *independent*. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari tabel di bawah ini:

Tabel 17
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Tolerance	VIF	Interpretasi
Konformitas	0,911	1,098	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga Diri	0,911	1,098	Tidak terjadi multikolinieritas

d. Uji autokorelasi

Pengujian autokorelasi dalam suatu model bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antara variabel pengganggu pada periode tertentu dengan variabel pengganggu periode sebelumnya (Nugroho, 2005). Cara mudah mendeteksi autokorelasi dapat dilakukan dengan uji Durbin Watson. Model regresi linier berganda terbebas dari autokorelasi jika nilai Durbin Watson hitung terletak di daerah No Autokorelasi. Selanjutnya penelitian dikatakan bebas dari autokorelasi apabila nilai DW berada diantara nilai d_u dan $4-d_u$. Pengujian autokorelasi dilakukan dengan alat bantu uji SPSS 16.0. Hasil pengujian autokorelasi disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 18
Hasil Uji Autokorelasi

Variabel	d_u	$4-d_u$	DW	$d_u < DW < 4-d_u$ $\alpha = 0,05$
Dep : Perilaku Konsumtif Indep : Konformitas Harga Diri	1,66	2,34	2,136	Terpenuhi

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi. Hal ini dapat dilihat dari nilai Durbin Watson (DW) sebesar 2,136 yang kemudian nilai ini akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan taraf signifikansi 5% dimana jumlah sampel sebanyak 65 dan jumlah variabel bebas = 2. Dengan melihat nilai Durbin Watson sebesar 2,136 lebih besar dari batas atas (d_u) 1,66 dan kurang dari $4-d_u$ sebesar 2,34 maka dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

e. Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005). Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji Glejser yaitu membandingkan nilai probabilitas signifikansi hasil regresi nilai absolut residual terhadap variabel bebas dengan nilai α nya. Kriteria yang bebas dari masalah heteroskedastisitas adalah jika nilai probabilitas signifikansi hasil regresi nilai absolut residual lebih besar dari α . Pengujian dilakukan dengan menggunakan alat bantu statistik SPSS 16.0. Hasil uji heteroskedastisitas terlihat pada tabel berikut ini :

Tabel 19
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.948	3.474		.849	.399
Konformitas	.040	.083	.064	.480	.633
Harga Diri	.019	.037	.070	.531	.597

Berdasarkan hasil perhitungan heteroskedastisitas yang ditunjukkan pada tabel diatas, menunjukkan tidak ada satupun variabel bebas yang signifikan secara statistik mempengaruhi variabel tergantung nilai Absolut Ut (AbsUt). Hal ini ditunjukkan dari probabilitas signifikansinya diatas tingkat kepercayaan 5% yaitu $0,633 > 0,05$ untuk variabel konformitas dan $0,597 > 0,05$ untuk variabel harga diri. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam pengujian ini.

2. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda. Penggunaan regresi berganda untuk menguji antara satu variabel tergantung yaitu perilaku konsumtif dengan dua variabel bebas yaitu konformitas dan harga diri, serta untuk memprediksi seberapa besar pengaruh variabel-variabel konformitas dan harga diri terhadap perilaku konsumtif. Hasil uji hipotesis dengan menggunakan teknik *Statistic Parametric Multiple Regression* dan dianalisis dengan menggunakan program *SPSS 16.0 for windows* sebagai berikut:

Tabel 20
Korelasi Variabel Bebas dengan Variabel Tergantung

		Perilaku Konsumtif	Konformitas	Harga Diri
Pearson Correlation	Perilaku Konsumtif	1.000		
	Konformitas	.342	1.000	
	Harga Diri	-.243	-.298	1.000
Sig. (1-tailed)	Perilaku Konsumtif	.	.003	.026
	Konformitas	.003	.	.008
	Harga Diri	.026	.008	.

Pada tabel korelasi dapat dilihat hasil koefisien korelasi antara konformitas dengan perilaku konsumtif adalah 0,342. Hal ini menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan diterima kebenarannya.

Hasil koefisien korelasi antara harga diri dengan perilaku konsumtif adalah -0,243. Hal ini menunjukkan adanya korelasi negatif yang signifikan antara harga

diri dengan perilaku konsumtif. Semakin rendah harga diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin tinggi harga diri maka semakin rendah perilaku konsumtifnya. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan diterima kebenarannya.

Berdasarkan hasil analisis menggunakan teknik analisis regresi berganda diperoleh nilai $R = 0,372$ dan dari uji ANOVA atau F-tes menunjukkan *p-value* $0,01 < 0,05$, artinya signifikan. Sedangkan F hitung sebesar $4,990 > F$ tabel $3,15$, artinya signifikan. Oleh karena probabilitas lebih kecil dari $0,05$ maka model regresi ini dapat dipakai untuk memprediksi perilaku konsumtif pada remaja putri. Artinya, konformitas dan harga diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Hal ini berarti hipotesis yang diajukan diterima kebenarannya, yaitu ada hubungan signifikan secara statistik antara konformitas dan harga diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri.

Melalui metode *multiple regression* diperoleh koefisien determinasi yang menunjukkan nilai R^2 (R square) sebesar $0,139$. Artinya, konformitas dan harga diri memberi sumbangan sebanyak $13,9\%$ terhadap perilaku konsumtif dengan sumbangan masing-masing variabel adalah $0,102\%$ untuk variabel konformitas dan $0,037\%$ untuk variabel harga diri. Sumbangan relatif konformitas dengan perilaku konsumtif sebesar $0,73\%$ dan sumbangan relatif harga diri dengan perilaku konsumtif sebesar $0,27\%$. Hal ini berarti masih terdapat $86,1\%$ faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja putri.

3. Hasil Analisis Deskriptif

Dari skor kasar skala perilaku konsumtif, skala konformitas, dan skala harga diri diperoleh hasil statistik deskriptif subjek penelitian. Analisis deskriptif dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum mengenai kondisi konformitas, harga diri, dan perilaku konsumtif pada subjek yang diteliti. Ketiga skala ini akan dikategorisasikan untuk mengetahui tinggi rendahnya nilai subjek. Kategorisasi yang digunakan adalah kategorisasi jenjang yang berdasarkan pada model distribusi normal. Tujuan kategorisasi ini adalah menempatkan subjek ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasar atribut yang diukur (Azwar, 2008).

a. Skala perilaku konsumtif

Skor minimal yang diperoleh subjek adalah $28 \times 0 = 0$ dan skor maksimal yang diperoleh adalah $28 \times 3 = 84$. Jarak sebarannya adalah $84 - 0 = 84$ dan setiap satuan deviasi standarnya bernilai $84 : 6 = 14$, sedangkan rerata hipotetiknya adalah $28 \times 1,5 = 42$. Apabila subjek digolongkan menjadi 5 kategorisasi, maka akan di dapat kategorisasi serta distribusi skor subjek seperti tabel berikut ini :

Tabel 21
Kriteria kategori skala perilaku konsumtif dan distribusi skor subjek

Standar Deviasi	Skor	Kategorisasi	Subjek		Rerata Empirik
			Frek (Σ)	Persentase	
$(MH-3s) \leq X < (MH-1,8s)$	$0 \leq X < 16,8$	Sangat rendah	10	15,38%	
$(MH-1,8s) \leq X < (MH-0,6s)$	$16,8 \leq X < 33,6$	Rendah	52	80%	24,11
$(MH-0,6s) \leq X < (MH+0,6s)$	$33,6 \leq X < 50,4$	Sedang	3	4,62%	
$(MH+0,6s) \leq X < (MH+1,8s)$	$50,4 \leq X < 67,2$	Tinggi	-	-	

$(MH+1,8s) \leq X < (MH+3s)$	$67,2 \leq X < 84$	Sangat tinggi	-	-	
Jumlah			65	100%	

Berdasarkan kategorisasi skala perilaku konsumtif seperti terlihat pada tabel di atas, secara umum perilaku konsumtif subjek berada pada kategori rendah.

b. Skala konformitas

Skor minimal yang diperoleh subjek adalah $20 \times 0 = 0$ dan skor maksimal yang diperoleh adalah $20 \times 3 = 60$. Jarak sebarannya adalah $60 - 0 = 60$ dan setiap satuan deviasi standarnya bernilai $60 : 6 = 10$, sedangkan rerata hipotetiknya adalah $20 \times 1,5 = 30$. Apabila subjek digolongkan menjadi 5 kategorisasi, maka akan di dapat kategorisasi serta distribusi skor subjek seperti tabel berikut ini :

Tabel 22
Kriteria kategori skala konformitas dan distribusi skor subjek

Standar Deviasi	Skor	Kategorisasi	Subjek		Rerata Empirik
			Frek (Σ)	Persentase	
$(MH-3s) \leq X < (MH-1,8s)$	$0 \leq X < 12$	Sangat rendah	3	4,62%	
$(MH-1,8s) \leq X < (MH-0,6s)$	$12 \leq X < 24$	Rendah	52	80%	19,02
$(MH-0,6s) \leq X < (MH+0,6s)$	$24 \leq X < 36$	Sedang	9	13,85%	
$(MH+0,6s) \leq X < (MH+1,8s)$	$36 \leq X < 48$	Tinggi	1	1,53%	
$(MH+1,8s) \leq X < (MH+3s)$	$48 \leq X < 60$	Sangat tinggi	-	-	
Jumlah			65	100%	

Berdasarkan kategorisasi skala konformitas seperti terlihat pada tabel di atas, secara umum konformitas subjek berada pada kategori rendah.

c. Skala harga diri

Skor minimal yang diperoleh subjek adalah $38 \times 0 = 0$ dan skor maksimal yang diperoleh adalah $38 \times 3 = 114$. Jarak sebarannya adalah $114 - 0 = 114$ dan setiap satuan deviasi standarnya bernilai $114 : 6 = 19$, sedangkan rerata hipotetiknya adalah $38 \times 1,5 = 57$. Apabila subjek digolongkan menjadi 5 kategorisasi, maka akan di dapat kategorisasi serta distribusi skor subjek seperti tabel berikut ini :

Tabel 23
Kriteria kategori skala harga diri dan distribusi skor subjek

Standar Deviasi	Skor	Kategorisasi	Subjek		Rerata Empirik
			Frek (Σ)	Persentase	
$(MH-3s) \leq X < (MH-1,8s)$	$0 \leq X < 22,8$	Sangat rendah	-	-	
$(MH-1,8s) \leq X < (MH-0,6s)$	$22,8 \leq X < 45,6$	Rendah	-	-	
$(MH-0,6s) \leq X < (MH+0,6s)$	$45,6 \leq X < 68,4$	Sedang	26	40%	
$(MH+0,6s) \leq X < (MH+1,8s)$	$68,4 \leq X < 91,2$	Tinggi	37	56,92%	72,05
$(MH+1,8s) \leq X < (MH+3s)$	$91,2 \leq X < 114$	Sangat tinggi	2	3,08%	
Jumlah			65	100%	

Berdasarkan kategorisasi skala harga diri seperti terlihat pada tabel di atas, secara umum harga diri subjek berada pada kategori tinggi.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah diketahui terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Hal ini berarti variabel konformitas dan harga diri dapat dijadikan

prediktor untuk memprediksi atau mengukur perilaku konsumtif pada remaja putri.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa antara konformitas dan perilaku konsumtif terdapat korelasi positif yang signifikan dengan hasil sebesar 0,342 (dengan $p < 0,05$). Hal ini menunjukkan semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada remaja putri, dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada remaja putri.

Sarwono (1984) menyatakan bahwa konformitas adalah kesesuaian antara perilaku individu dengan perilaku kelompoknya atau perilaku individu dengan harapan orang lain tentang perilakunya. Konformitas terjadi karena seseorang menyesuaikan perilakunya dengan perilaku kelompoknya atau norma yang ada. Konformitas pada remaja tampaknya memang dipengaruhi oleh keinginan yang kuat untuk memelihara harmonisasi dan memperoleh dukungan emosi dalam menjalin persahabatan (Zebua dan Nurdjayadi, 2001).

Berdasarkan nilai korelasi yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif, dapat diungkapkan salah satu faktor yang turut berperan dalam pembentukan perilaku konsumtif adalah konformitas. Semakin konform seorang remaja dalam kelompoknya, maka semakin mudah dipengaruhi untuk berperilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan pendapat Kail dan Neison (dalam Zebua dan Nurdjayadi, 2001) yang menyatakan bahwa konformitas pada remaja putri lebih mudah terjadi karena mereka lebih mudah dipengaruhi. Remaja putri memang

cenderung lebih mudah dipengaruhi dalam beberapa hal, baik dalam berteman dan dalam hal mengambil keputusan, termasuk membeli.

Remaja yang masih dalam masa transisi mempunyai karakteristik mudah dipengaruhi oleh kelompok teman sebaya (Monks, Knoers, dan Haditomo, 2004). Salah satu pengaruh teman sebaya bagi remaja adalah dalam hal perilaku membeli. Bagi remaja, penerimaan teman sebaya menjadi hal yang penting. Hal ini tampaknya tidak terlepas dari keinginan remaja untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan teman-temannya dan agar dapat diterima sebagai bagian dari kelompok. Sebagai contoh remaja yang ingin mengikuti tren atau mode pakaian seperti yang dipakai teman-teman sebayanya. Remaja tersebut kemudian membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan. Akibatnya remaja terdorong untuk berperilaku konsumtif karena mereka ingin agar penampilan mereka sama dengan teman sebaya dan diterima sebagai kelompok.

Hasil analisa dan kategori empiris data penelitian menunjukkan tingkat konformitas subjek penelitian secara umum berada pada kategori rendah (80%) dan tingkat perilaku konsumtif subjek penelitian paling banyak berada pada kategori rendah (80%). Hasil ini sesuai dengan teori perkembangan remaja akhir. Pada usia awal remaja konformitas cenderung meningkat, stabil pada pertengahan usia remaja dan menurun pada akhir masa remaja (Hurlock, 2004). Subjek penelitian yang berusia antara 14-16 tahun menunjukkan tingkat konformitas yang rendah. Menurut Papalia, Old, dan Feldman (2008) konformitas mencapai puncaknya pada awal masa remaja; biasanya pada usia 12-13 tahun dan menurun pada masa remaja pertengahan dan akhir.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Costanzo dan Shaw (1966) menunjukkan bahwa pada usia 15-17 tahun konformitas mulai menurun. Hal ini seiring dengan perkembangan kognisi dan emosi remaja yang semakin matang, maka remaja kemudian mampu menentukan perilaku atau nilai yang sesuai dengan diri remaja itu sendiri. Menurunnya konformitas pada remaja juga ditunjukkan dengan adanya keinginan untuk berbeda dengan teman atau kelompok sebayanya (Hurlock, 2004). Tingkat konformitas yang rendah menunjukkan bahwa remaja dapat memberikan keputusan tanpa takut ditolak oleh kelompok.

Hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada penelitian ini menunjukkan hasil $-0,243$ (dengan $p < 0,05$), hal ini berarti terdapat korelasi negatif yang signifikan. Semakin rendah harga diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin tinggi harga diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada remaja putri. Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Sears, Freedman, dan Peplau (1991) harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Remaja dengan harga diri yang rendah akan membeli barang-barang yang dapat meningkatkan harga dirinya. Hal ini akan mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif. Sependapat dengan Rasimin (dalam Hidayati, 2001) menyatakan bahwa seseorang menjadi konsumtif karena adanya *inferiority complex*, yaitu perasaan kecil dan rendah diri. Untuk menutupi hal tersebut mereka cenderung membeli barang yang mempunyai arti simbolik sehingga dapat meningkatkan harga dirinya.

Harter (dalam Santrock, 2003) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara penampilan diri dengan harga diri pada remaja. Berkaitan dengan perilaku konsumtifnya, remaja putri yang memiliki harga diri tinggi dapat mengontrol perilaku tersebut karena tidak harus memikirkan pemakaian barang-barang yang dapat meningkatkan harga dirinya. Sebaliknya, remaja putri yang memiliki harga diri rendah, akan memikirkan pemakaian barang-barang yang dapat meningkatkan harga dirinya sehingga mereka cenderung berperilaku konsumtif. Hal ini juga diperkuat oleh Tiara (Hidayati, 2001) bahwa kecenderungan memiliki suatu produk biasanya terlihat pada orang yang memiliki rasa percaya diri dan harga diri yang rendah.

Hasil kategorisasi subjek penelitian data penelitian menunjukkan tingkat harga diri secara umum berada pada kategori tinggi (56,92%) dan tingkat perilaku konsumtif subjek penelitian paling banyak berada pada kategori rendah (80%). Hasil ini sesuai dengan teori perkembangan remaja dimana harga diri mencapai puncaknya pada masa remaja (Santrock, 2003). Pada remaja awal cenderung mempunyai perasaan rendah diri, akan tetapi harga diri akan meningkat seiring pertambahan usia seseorang. Perkembangan harga diri tersebut dipengaruhi oleh pertambahan usia, penampilan, hubungan dengan keluarga dan kelompok (Hurlock, 2003). Subjek penelitian yang berada pada rentang usia antara 14-16 tahun menunjukkan tingkat harga diri tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa usia remaja yang semakin matang akan menunjukkan tingkat harga diri yang positif. Selain itu, tingkat harga diri remaja dalam kategori tinggi menunjukkan bahwa remaja merasa percaya diri dan mampu menghargai dirinya sendiri.

Meichati (1983) menyatakan bahwa harga diri seseorang akan terbentuk dengan baik apabila didukung adanya kasih sayang dalam keluarga dan adanya penghargaan dari lingkungan. Senada dengan Meichati, Tambunan (2001) menyatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi harga diri adalah hubungannya dengan orang lain terutama *significant others* seperti keluarga, saudara, dan teman dekat.

Keluarga menjadi struktur sosial yang penting karena interaksi antar anggota keluarga terjadi. Di dalam keluarga seseorang dapat merasakan dirinya dicintai, diinginkan, diterima dan dihargai, yang pada akhirnya membantu dirinya untuk lebih dapat menghargai dirinya sendiri. Adanya penerimaan dan pengakuan dari teman-teman dekat dapat mengembangkan harga diri remaja. Contoh dari kenyataan ini dapat dilihat dari subjek penelitian yang diambil dari salah satu sekolah unggulan di Sragen, yaitu SMA Negeri 1 Sragen dimana dalam penerimaan siswa hanya menerima siswa-siswi yang cerdas dan berprestasi. Oleh sebab itu bisa dipahami jika subjek penelitian cenderung memiliki harga diri yang positif (tinggi), karena subjek telah mendapat pengakuan dari lingkungan atas prestasi akademik tersebut. Kondisi tersebut menyebabkan remaja tidak membutuhkan penggunaan barang-barang yang dianggap dapat meningkatkan harga dirinya.

Hasil analisis dengan menggunakan teknik analisis berganda menunjukkan hasil yang signifikan. Hasil ini ditunjukkan nilai R sebesar 0,372 dan dari uji ANOVA atau F-tes sebesar 4,990 menunjukkan *p-value* lebih kecil dari taraf signifikansi. Maka model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi perilaku

konsumtif pada remaja putri. Artinya, konformitas dan harga diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis yang menyatakan ada hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri dapat diterima.

Hasil yang diperoleh dari uji hipotesis menunjukkan R^2 (*R square*) adalah 0,139. Hal ini berarti sumbangan efektif konformitas dan harga diri terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri sebesar 13,9% dengan sumbangan masing-masing variabel adalah 10,2% untuk variabel konformitas dan 3,7% untuk variabel harga diri. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa konsistensi variabel perilaku konsumtif pada remaja putri sebesar 13,9% dapat diprediksi oleh konformitas dan harga diri, sedangkan 86,1% ditentukan oleh faktor-faktor lain. Faktor-faktor lain yang memiliki kontribusi pada perilaku konsumtif yaitu gaya hidup, hadirnya iklan, kartu kredit, kebudayaan dan kebudayaan khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi, keluarga, pengamatan dan proses belajar, serta kepribadian dan konsep diri (Suyasa dan Fransisca, 2005; Lina dan Rosyid, 1997).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan bahwa :

1. Ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Hal ini telah dibuktikan dengan diperoleh nilai korelasi $r_{x1y} = 0,342$ dan $r_{tabel} = 0,244$ dengan taraf signifikansi 5%, yang berarti semakin tinggi konformitas semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada remaja putri.
2. Ada hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Hal ini telah dibuktikan dengan diperoleh nilai korelasi $r_{x2y} = -0,243$ dan $r_{tabel} = 0,244$ dengan taraf signifikansi 5% yang berarti semakin rendah harga diri semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja putri.
3. Ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil analisis menggunakan teknik analisis regresi berganda diperoleh nilai $R = 0,372$ dan $F_{regresi} = 4,990 >$ dari $F_{tabel} 3,15$ dengan taraf signifikansi 5%.
4. Perilaku konsumtif subjek penelitian tergolong rendah (mean = 24,11), konformitas tergolong rendah (mean = 19,02), dan harga diri tergolong tinggi (mean = 72,05).

5. Sumbangan relatif konformitas dengan perilaku konsumtif sebesar 0,73% dan sumbangan relatif harga diri dengan perilaku konsumtif sebesar 0,27%. Sumbangan efektif yang diberikan oleh variabel konformitas dan harga diri terhadap perilaku konsumtif sebanyak 13,9% dengan sumbangan masing-masing variabel adalah 10,2% untuk variabel konformitas dan 3,7% untuk variabel harga diri. Hal ini ditunjukkan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,139 sehingga masih terdapat 86,1% faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja putri.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Bagi Remaja

Bagi remaja disarankan untuk mempertahankan dan tetap mengontrol perilaku membelinya agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mempertahankan harga dirinya dan menjadi pribadi yang mandiri. Menerima diri dengan segala kelebihan dan kekurangannya yang kemudian dikembangkan dengan mengikuti berbagai kegiatan yang dapat memfasilitasi untuk aktualisasi diri seperti mengikuti OSIS, klub basket, dan ekstra kulikuler lain di sekolah. Berbagai kegiatan positif akan membantu remaja untuk dapat mempertahankan harga diri yang positif dan menjadi pribadi yang mandiri.

2. Bagi Orangtua dan Pendidik

Bagi orangtua dan pendidik hendaknya peduli dengan kondisi perkembangan remaja. Hal ini dapat dilakukan dengan lebih mengenal dan memahami pribadi remaja, mengenal dengan baik lingkungan pergaulan atau interaksi sosial remaja di luar keluarga. Selain itu, orangtua dan pendidik juga diharapkan mampu mengarahkan, membimbing, dan mendidik remaja dengan tetap mempertimbangkan pemikiran dan perasaan remaja. Kondisi tersebut dapat membentuk hubungan yang baik antara remaja dengan orangtua dan pendidik.

3. Bagi Peneliti Lain

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, disarankan untuk mencermati konformitas terkait usia remaja dimana konformitas mulai menurun seiring perkembangan kognisi dan emosi remaja yang semakin matang, maka remaja kemudian mampu menentukan perilaku atau nilai yang sesuai dengan diri remaja itu sendiri. Menurunnya konformitas pada remaja juga ditunjukkan dengan adanya keinginan untuk berbeda dengan teman atau kelompok sebayanya. Tingkat konformitas yang rendah menunjukkan bahwa remaja dapat memberikan keputusan tanpa takut ditolak oleh kelompok. Selain itu, juga perlu mencermati faktor-faktor lain yang diduga turut berperan dan mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja putri. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor gaya hidup, hadirnya iklan, kartu kredit, faktor kebudayaan dan kebudayaan khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan

referensi, keluarga, pengamatan dan proses belajar, serta kepribadian dan konsep diri. Peneliti lain selanjutnya dapat melakukan penelitian tidak terbatas pada remaja putri saja akan tetapi juga pada remaja putra.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya terbatas pada konformitas dan harga diri, sedangkan masih terdapat faktor-faktor lain yang diduga turut berperan dan mempengaruhi perilaku konsumtif. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor gaya hidup, hadirnya iklan, kartu kredit, faktor kebudayaan dan kebudayaan khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi, keluarga, pengamatan dan proses belajar, serta kepribadian dan konsep diri. Selain itu, penelitian ini hanya terbatas pada subjek remaja putri saja.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M dan Asrori, M. 2004. *Psikologi Remaja,Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Arief, M. 2003. *Metodologi Penelitian Kedokteran Dan Kesehatan*. Klaten:CSGF.
- Azwar, S. 2008. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Baron, R. A & Bryne, D. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 1* (penerjemah : Djuwita, R, dkk). Jakarta : Erlangga.
- _____. 2005. *Psikologi Sosial Jilid 2* (penerjemah : Djuwita, R, dkk). Jakarta : Erlangga.
- Branden, N. 2001. *Kiat Jitu Meningkatkan Harga Diri*. Jakarta : Delaprasata.
- Cast, D. A & Burke, P. J. 2002. A Theory of Self Esteem. *Social Forces*.Vol.80, No. 3 p.1041-1068
- Chaplin, J. P. 2004. *Kamus Lengkap Psikologi* (penerjemah : Kartini, K). Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Christi, L. 2006. *Asertif*. <http://www.kompas.com>
- Coopersmith, S (1967). *The Antecedent of Self Esteem*. San Fransisco: W. H. Freeman & Company
- Costanzo, P. R & Shaw, M. 1966. Conformity as a Function of Age Level. *Child Development*. Vol. 37 No. 4.
- Daradjat, Z. 1976. *Kesehatan Mental*. Jakarta : Gunung Agung.
- Dariyo, A & Ling, Y. 2002. Interaksi Sosial Di Sekolah dan Harga Diri Pelajar Sekolah Menengah Umum (SMU). *Phronesis*. Vol.4, No.7, Hal. 35-49
- Engel, J. F; Blackwell, R. D; Miniard, P. W. 1994. *Perilaku Konsumen* (penerjemah Budiyanto). Jakarta : Binarupa Aksara.
- Gecas, V. 1982. The Self Concept. *Annual Review of Sociology*. Vol 8 p.1-33
- Ghozali, I. 2005. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hadi, S. 2004. *Metodologi Research Jilid 1*. Yogyakarta : Andi

- Hadi, S. 2004. *Statistika*. Yogyakarta : Andi.
- Hidayati, N. K. 2001. Hubungan Antara Harga Diri dan Kolektivitas Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja. *Intisari Skripsi* (tidak diterbitkan) Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Hudaniah & Dayakisni, T. 2003. *Psikologi Sosial*. Malang : UMM Press
- Hurlock, E. B. 2003. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (penerjemah : Wasana, J). Jakarta : Erlangga.
- _____. 2004. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (penerjemah : Wasana, J). Jakarta : Erlangga.
- Koentjoro, 1989. Perbedaan Harga Diri Remaja di Daerah Miskin Penghasil Pelacur & Bukan Penghasil Pelacur: *Laporan Penelitian*. (tidak diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.
- Kotler, P. 1994. *Manajemen Pemasaran : analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian* (penerjemah : Wasana, J). Jakarta : Erlangga
- Lina & Rosyid, H.F. 1997. Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*. No 4, Tahun XI, halaman 5-13.
- Meichati, S. 1983. *Kesehatan Mental*. Yogyakarta : Fakultas Psikologi UGM.
- Monks, F. J; Knoers, A. M; Haditomo, S. R. 2004. *Psikologi Perkembangan : pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta : UGM Press.
- Nindyati, A. D & Indria, K. 2007. Kajian Konformitas dan Kreativitas *Affective* Remaja. *Jurnal Proviante*. Vol.3, No.1, halaman 85-107
- Nugroho, B. A. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Andi : Yogyakarta
- Papalia, D, E; Old, S. W; Feldman, R. D. 2008. *Human Development* (Penerjemah : Anwar, A. K). Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- Pudjijogyanti, C. R. 1985. *Konsep Diri Dalam Pendidikan*. Jakarta : Arcan
- Rakhmat, J. 2000. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : CV Remaja Karya
- Sabirin, E. 2005. *Kenapa Kita Doyan Belanja*. <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0508/26/muda/2000305.htm> diakses 27 April 2008.

- Santrock, J.W. 2003. *Adolescence: Perkembangan Remaja* (penerjemah Adelar, S.B; saragih, S.). Jakarta : Erlangga.
- Sarwono, J. 2006. Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS. Yogyakarta : Andi
- Sarwono, S.W. 1984. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Jakarta : Rajawali
- _____. 1999. *Psikologi Sosial : Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Sears, O; Freedman, L; Peplau, A. 1991. *Psikologi Sosial 2* (penerjemah : Ardyanto, M). Jakarta : Erlangga.
- Stanton, W. J. 1993. *Prinsip Pemasaran* (penerjemah : Lamarto, Y). Jakarta : Erlangga
- Sudjana. 2002. *Metoda Statistika*. Bandung : Tarsito.
- Surya, F. A. 1999. Perbedaan Tingkat Konformitas Ditinjau Dari Gaya Hidup Pada Remaja. *Jurnal Psikologika* No 7. Th III. Hal. 64-72.
- Suyasa, P & Fransisca. 2005. Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Phronesis*, Vol.7, No.2, 172-198.
- Tambunan, R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com> diakses 27 April 2008.
- _____. 2001. *Harga Diri Remaja*. <http://www.e-psikologi.com/remaja/240901.htm> diakses 27 April 2008
- Tjahjaningsih dan Nuryoto, S. 1994. Harga diri Remaja yang Bertempat Tinggal di Dalam Lingkungan Kompleks Pelacuran dan di Luar Lingkungan Kompleks Pelacuran. *Jurnal Psikologi*. No.2, Hal 9-16.
- Widiastuti, R. 2003. *Konsumerisme Vs Konsumtivisme*. <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0303/17/swara/179355.htm> diakses 27 April 2008.
- Zebua, A.S & Nurdjayadi, R.D. 2001. Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Phronesis*, Volume 3, No 6. Hal 72-82.

LAMPIRAN

A decorative scroll graphic with a black outline and grey shading on the top and bottom edges, containing the following text.

LAMPIRAN A

SKALA PENELITIAN SEBELUM UJI COBA

- 1. Skala Perilaku Konsumtif**
- 2. Skala Konformitas**
- 3. Skala Harga Diri**

Identitas Responden

Nama :

Kelas :

Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian

Dengan hormat,

Di tengah kesibukan Saudara saat ini, perkenankanlah kami mohon bantuan Saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi daftar skala yang kami lampirkan.

Hal-hal yang perlu kami jelaskan dalam skala ini adalah sebagai berikut:

1. Bahwa skala ini kami buat murni untuk tujuan penelitian yang bersifat ilmiah, maka kami mengharapkan kejujuran Saudara dalam mengisinya
2. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, sehingga Saudara tidak perlu ragu-ragu untuk menentukan pilihan jawaban
3. Semua jawaban yang Saudara berikan kami jamin kerahasiaannya
4. Kami mohon jangan sampai ada satu nomor pun yang terlewat jawabannya

Bacalah baik-baik setiap pernyataan berikut dan pilihlah salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Saudara dengan memberi tanda *check list* (√) pada:

SS : Sangat sesuai dengan diri Saudara

S : Sesuai dengan diri Saudara

TS : Tidak sesuai dengan diri saudara

STS : Sangat tidak sesuai dengan diri Saudara

Atas kesediaan dan bantuan Saudara untuk mengisi skala ini, kami ucapkan terima kasih

Peneliti

Skala Y

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya selalu berusaha mengikuti mode				
2	Skala prioritas selalu saya terapkan dalam menjalankan rencana pembelian				
3	Ketika melihat barang dan suka saya langsung membelinya				
4	Bagi saya keberhasilan bergaul dengan teman-teman, tidak harus memakai barang-barang bermerk				
5	Saya sering membeli barang bila saya merasa senang dengan barang tersebut				
6	Saya mudah penasaran untuk mencoba produk baru yang diiklankan di TV				
7	Saya membiasakan diri untuk hidup sederhana				
8	Saya tetap nyaman memakai barang-barang lama walaupun banyak model baru bermunculan				
9	Meskipun tertarik, saya tidak langsung memutuskan untuk membeli suatu barang				
10	Saya berusaha mempengaruhi agar seluruh keluarga mengikuti model yang sedang digemari				
11	Untuk tampil modis saya harus memakai pakaian bermerk				
12	Dalam membeli pakaian saya mengutamakan kecocokan harga				
13	Saya tidak akan membeli baju yang tidak cocok untuk saya walaupun modelnya sedang "tren"				
14	Ketika membeli barang saya tertarik karena saya senang modelnya				
15	Pada dasarnya saya sulit terpengaruh untuk membeli barang yang tidak perlu				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
16	Saya tidak akan membeli barang baru selama barang lama saya masih bisa digunakan				
17	Saya banyak membeli barang agar tidak berbeda dengan teman-teman saya				
18	Saya akan merasa sungkan, jika tidak membeli barang yang ditawarkan teman saya sendiri				
19	Saya memasukkan barang yang terlihat menarik ke dalam keranjang belanjaan karena keinginan sesaat				
20	Lebih baik saya menyimpan uang saya daripada untuk membeli barang				
21	Saya akan segera membeli apa yang ditawarkan oleh teman saya				
22	Saya senang membeli barang yang tidak saya butuhkan karena bujukan teman				
23	Saya berusaha memiliki produk-produk yang bermerk				
24	Saya mudah tertarik membeli barang yang ditawarkan oleh sales				
25	Meskipun saya tidak tertarik mengikuti mode, saya merasa nyaman dalam pergaulan dengan teman-teman saya				
26	Saya tidak akan membeli barang jika saya tidak yakin barang tersebut saya butuhkan				
27	Saya mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang ditawarkan di toko-toko				
28	Saya selalu ingin membeli barang-barang yang sedang digemari di kalangan remaja				
29	saya tidak akan membeli barang jika tidak membutuhkan				
30	Meskipun teman saya membeli pakaian model terbaru, saya tidak akan terpengaruh				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
31	Saya selalu ingin memiliki barang yang dimiliki oleh teman saya				
32	Saya akan berpikir berulang-ulang sebelum saya memutuskan untuk membeli				
33	Program <i>sale</i> membuat saya membeli barang yang seharusnya belum saya butuhkan				
34	Jika saya melihat teman lain memiliki barang baru, saya akan segera membeli walaupun belum saya butuhkan				
35	Saya harus memiliki barang yang sedang digemari walaupun palsu				
36	Ketika membeli barang, saya selalu memikirkan terlebih dahulu kebutuhan barang tersebut				
37	Di saat harga murah membuat saya memutuskan untuk membeli meskipun sebenarnya kurang terlalu dibutuhkan				
38	Kalau saya sudah merasa cocok dengan satu model pakaian, saya tidak tergoda untuk mencoba model yang lain				
39	Sebelum pergi berbelanja, saya membuat catatan kebutuhan belanja				
40	Saya akan segera meniru apa-apa yang dibeli teman saya				

Skala X-1

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya tidak harus mengikuti model masa kini kalau saya tidak nyaman				
2	Saya senang mengenakan pakaian seperti yang dikenakan teman-teman				
3	Pendapat teman-teman membantu saya dalam memutuskan sesuatu				
4	Saya tidak akan mengikuti keinginan teman-teman jika sudah menyangkut prinsip				
5	Saya khawatir jika tidak mengikuti kegiatan bersama teman akan ditinggalkan				
6	Agar tidak berbeda, saya akan mengikuti penampilan teman-teman saya				
7	Saya akan menolak ajakan teman bila saya tidak menginginkannya				
8	Agar tidak ditinggalkan saya mengikuti kegiatan teman-teman saya				
9	Saya akan membeli pakaian yang sedang digemari teman-teman				
10	Saya yakin dengan penampilan saya sendiri				
11	Saya lebih yakin bila penampilan saya sama dengan teman-teman yang lain				
12	Saya tidak khawatir teman-teman menganggap saya berbeda				
13	Saya mengikuti suatu kegiatan karena teman-teman saya juga mengikutinya				
14	Saya merasa lebih puas membeli barang di tempat teman-teman saya biasa belanja				
15	Saya merasa tidak harus sama dengan teman-teman yang lain				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
16	Saya yakin dengan penampilan saya walaupun berbeda dengan teman				
17	Saya dapat mengikuti kegiatan bersama teman-teman tanpa ada rasa khawatir ditolak				
18	Saya khawatir dikucilkan oleh teman-teman apabila saya tidak melakukan hal-hal yang mereka inginkan				
19	Saya tidak akan ikut acara teman kalau saya tidak suka				
20	Saya tidak harus mengikuti tren sekarang ini				
21	Saya memilih berpenampilan yang membuat saya nyaman walaupun berbeda				
22	Walaupun sebenarnya tidak setuju saya mengikuti pendapat teman-teman saya				
23	Saya bisa menyelesaikan masalah tanpa menunggu bantuan teman-teman kelompok				
24	Ikut-ikutan teman hanya akan membuat keadaan mejadi kacau				
25	Saya tidak akan mengikuti keinginan teman-teman jika tidak sesuai dengan saya				
26	Menurut saya pendapat kelompok belum tentu benar				
27	Bagi saya mengikuti aturan yang ditetapkan teman adalah cara teraman agar tidak dikucilkan				
28	Saya tidak suka meniru gaya teman-teman dalam berpenampilan				
29	Saya mengikuti penampilan teman-teman saya untuk tampil modis				
30	Saya senang berpenampilan seperti yang disarankan teman-teman saya				

Skala X-2

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Menyenangkan menjadi orang seperti saya				
2	Saya merasa banyak teman-teman yang mengenal saya dengan baik				
3	Saya memilih untuk diam jika mempunyai masalah dengan orang lain				
4	Orang-orang di rumah membuat saya tidak betah				
5	Ide-ide saya biasanya disenangi orang lain				
6	Saya senang membayangkan diri saya sebagai orang lain				
7	Saya dapat menyampaikan pendapat saya dengan cara-cara yang dapat diterima orang lain				
8	Biasanya saya kebingungan ketika menghadapi masalah baru				
9	Berada di tengah keluarga membuat saya lebih tenang				
10	Kegagalan yang saya alami membuat saya sulit untuk mulai berusaha kembali				
11	Teman-teman senang meminta pendapat kepada saya				
12	Saya merasa keluarga saya mengharapkan hal-hal yang sulit saya lakukan				
13	Jika mempunyai masalah dengan orang lain saya dapat membicarakan masalah tersebut secara baik-baik				
14	Banyak hal dalam diri saya yang membuat saya puas				
15	Saya mengalami kesulitan pada banyak hal				
16	Saya lebih suka menyimpan perasaan daripada menyampaikan kepada orang lain				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
17	Saya selalu ingin segera pulang untuk merasakan kembali kenyamanan di rumah				
18	Banyak hal dalam diri saya yang ingin saya ubah				
19	Saya sering diminta teman untuk membantu menyelesaikan masalah mereka				
20	Seringkali saya tidak berhasil menyelesaikan masalah yang saya hadapi				
21	Kebanyakan orang senang berteman dengan saya				
22	Berbagai alternatif membuat saya bingung untuk memutuskan sesuatu				
23	Saya ragu apakah saya dapat melakukan kegiatan yang saya pilih dengan baik				
24	Kegiatan-kegiatan yang saya lakukan membuat saya memiliki banyak informasi				
25	Beberapa masalah dapat saya selesaikan dengan baik				
26	Biasanya saya menemukan cara baru untuk menyelesaikan masalah yang saya hadapi				
27	Saya senang dengan keadaan saya apa adanya				
28	Saya dapat mengerjakan sesuatu sebaik teman-teman yang lain				
29	Teman-teman saya berpendapat saya mempunyai ide-ide yang bagus				
30	Orangtua saya membuat saya merasa tidak cukup baik				
31	Saya merasa sangat sulit untuk menyampaikan pendapat di depan orang lain				
32	Saya mudah jengkel bila berada di rumah				
33	Orang-orang biasanya mengikuti anjuran saya				
34	Segala hal sangat sulit dalam hidup saya				
35	Saya merasa keluarga saya memahami diri saya				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
36	Saya merasa keluarga saya mengharapkan terlalu banyak dari diri saya				
37	Tidak menyenangkan menjadi orang seperti saya				
38	Saya mudah putus asa				
39	Saya tidak yakin dapat menjalankan tanggung jawab yang ada pada diri saya				
40	Saya sering tidak puas dengan pekerjaan yang sudah saya lakukan				
41	Saya selalu ragu dalam menyampaikan pendapat saya				
42	Jika ada sesuatu yang ingin saya katakan, biasanya langsung saya katakan				
43	Saya merasa teman-teman sepergaulan dan lingkungan dapat memahami saya				
44	Saya meragukan kemampuan saya karena kegagalan-kegagalan yang saya alami				
45	Saya selalu ragu-ragu dengan keputusan yang saya ambil				
46	Saya seringkali tidak yakin akan berhasil terhadap sesuatu yang saya lakukan				
47	Saya tidak dapat diandalkan				
48	Orang-orang biasanya sependapat dengan gagasan saya				
49	Saya merasa tidak nyaman berada di rumah				
50	Orang senang dengan saya				

LAMPIRAN B

SKALA PENELITIAN SETELAH UJI COBA

- 1. Skala Perilaku Konsumtif**
- 2. Skala Konformitas**
- 3. Skala Harga Diri**

Identitas Responden

Nama :

Kelas :

Jenis Kelamin :

Petunjuk Pengisian

Dengan hormat,

Di tengah kesibukan Saudara saat ini, perkenankanlah kami mohon bantuan Saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi daftar skala yang kami lampirkan.

Hal-hal yang perlu kami jelaskan dalam skala ini adalah sebagai berikut:

1. Bahwa skala ini kami buat murni untuk tujuan penelitian yang bersifat ilmiah, maka kami mengharapkan kejujuran Saudara dalam mengisinya
2. Tidak ada jawaban yang benar atau salah, sehingga Saudara tidak perlu ragu-ragu untuk menentukan pilihan jawaban
3. Semua jawaban yang Saudara berikan kami jamin kerahasiaannya
4. Kami mohon jangan sampai ada satu nomor pun yang terlewat jawabannya

Bacalah baik-baik setiap pernyataan berikut dan pilihlah salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan keadaan diri Saudara dengan memberi tanda *check list* (√) pada:

SS : Sangat sesuai dengan diri Saudara

S : Sesuai dengan diri Saudara

TS : Tidak sesuai dengan diri saudara

STS : Sangat tidak sesuai dengan diri Saudara

Atas kesediaan dan bantuan Saudara untuk mengisi skala ini, kami ucapkan terima kasih

Peneliti

Skala Y

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya selalu berusaha mengikuti mode				
2	Saya membiasakan diri untuk hidup sederhana				
3	Saya tetap nyaman memakai barang-barang lama walaupun banyak model baru bermunculan				
4	Meskipun tertarik, saya tidak langsung memutuskan untuk membeli suatu barang				
5	Saya berusaha mempengaruhi agar seluruh keluarga mengikuti model yang sedang digemari				
6	Untuk tampil modis saya harus memakai pakaian bermerk				
7	Saya tidak akan membeli baju yang tidak cocok untuk saya walaupun modelnya sedang “tren”				
8	Ketika membeli barang saya tertarik karena saya senang modelnya				
9	Pada dasarnya saya sulit terpengaruh untuk membeli barang yang tidak perlu				
10	Saya tidak akan membeli barang baru selama barang lama saya masih bisa digunakan				
11	Saya banyak membeli barang agar tidak berbeda dengan teman-teman saya				
12	Saya memasukkan barang yang terlihat menarik ke dalam keranjang belanjaan karena keinginan sesaat				
13	Lebih baik saya menyimpan uang saya daripada untuk membeli barang				
14	Saya akan segera membeli apa yang ditawarkan oleh teman saya				
15	Saya senang membeli barang yang tidak saya butuhkan karena bujukan teman				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
16	Saya berusaha memiliki produk-produk yang bermerk				
17	Saya mudah tertarik membeli barang yang ditawarkan oleh sales				
18	Meskipun saya tidak tertarik mengikuti mode, saya merasa nyaman dalam pergaulan dengan teman-teman saya				
19	Saya tidak akan membeli barang jika saya tidak yakin barang tersebut saya butuhkan				
20	Saya mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang ditawarkan di toko-toko				
21	Saya selalu ingin membeli barang-barang yang sedang digemari di kalangan remaja				
22	Meskipun teman saya membeli pakaian model terbaru, saya tidak akan terpengaruh				
23	Saya selalu ingin memiliki barang yang dimiliki oleh teman saya				
24	Saya akan berpikir berulang-ulang sebelum saya memutuskan untuk membeli				
25	Jika saya melihat teman lain memiliki barang baru, saya akan segera membeli walaupun belum saya butuhkan				
26	Saya harus memiliki barang yang sedang digemari walaupun palsu				
27	Ketika membeli barang, saya selalu memikirkan terlebih dahulu kebutuhan barang tersebut				
28	Saya akan segera meniru apa-apa yang dibeli teman saya				

Skala X-1

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya tidak harus mengikuti model masa kini kalau saya tidak nyaman				
2	Saya senang mengenakan pakaian seperti yang dikenakan teman-teman				
3	Saya akan membeli pakaian yang sedang digemari teman-teman				
4	Saya lebih yakin bila penampilan saya sama dengan teman-teman yang lain				
5	Saya tidak khawatir teman-teman menganggap saya berbeda				
6	Saya mengikuti suatu kegiatan karena teman-teman saya juga mengikutinya				
7	Saya merasa lebih puas membeli barang di tempat teman-teman saya biasa belanja				
8	Saya merasa tidak harus sama dengan teman-teman yang lain				
9	Saya yakin dengan penampilan saya walaupun berbeda dengan teman				
10	Saya dapat mengikuti kegiatan bersama teman-teman tanpa ada rasa khawatir ditolak				
11	Saya khawatir dikucilkan oleh teman-teman apabila saya tidak melakukan hal-hal yang mereka inginkan				
12	Saya tidak akan ikut acara teman kalau saya tidak suka				
13	Saya tidak harus mengikuti tren sekarang ini				
14	Saya memilih berpenampilan yang membuat saya nyaman walaupun berbeda				
15	Saya bisa menyelesaikan masalah tanpa menunggu bantuan teman-teman kelompok				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
16	Saya tidak akan mengikuti keinginan teman-teman jika tidak sesuai dengan saya				
17	Menurut saya pendapat kelompok belum tentu benar				
18	Saya tidak suka meniru gaya teman-teman dalam berpenampilan				
19	Saya mengikuti penampilan teman-teman saya untuk tampil modis				
20	Saya senang berpenampilan seperti yang disarankan teman-teman saya				

Skala X-2

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Menyenangkan menjadi orang seperti saya				
2	Saya merasa banyak teman-teman yang mengenal saya dengan baik				
3	Orang-orang di rumah membuat saya tidak betah				
4	Ide-ide saya biasanya disenangi orang lain				
5	Saya senang membayangkan diri saya sebagai orang lain				
6	Biasanya saya kebingungan ketika menghadapi masalah baru				
7	Berada di tengah keluarga membuat saya lebih tenang				
8	Kegagalan yang saya alami membuat saya sulit untuk mulai berusaha kembali				
9	Teman-teman senang meminta pendapat kepada saya				
10	Saya merasa keluarga saya mengharapakan hal-hal yang sulit saya lakukan				
11	Banyak hal dalam diri saya yang membuat saya puas				
12	Saya mengalami kesulitan pada banyak hal				
13	Saya sering diminta teman untuk membantu menyelesaikan masalah mereka				
14	Kebanyakan orang senang berteman dengan saya				
15	Berbagai alternatif membuat saya bingung untuk memutuskan sesuatu				
16	Saya ragu apakah saya dapat melakukan kegiatan yang saya pilih dengan baik				
17	Beberapa masalah dapat saya selesaikan dengan baik				
18	Biasanya saya menemukan cara baru untuk menyelesaikan masalah yang saya hadapi				

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
19	Teman-teman saya berpendapat saya mempunyai ide-ide yang bagus				
20	Orangtua saya membuat saya merasa tidak cukup baik				
21	Saya merasa sangat sulit untuk menyampaikan pendapat di depan orang lain				
22	Saya mudah jengkel bila berada di rumah				
23	Orang-orang biasanya mengikuti anjuran saya				
24	Segala hal sangat sulit dalam hidup saya				
25	Saya merasa keluarga saya memahami diri saya				
26	Saya merasa keluarga saya mengharapkan terlalu banyak dari diri saya				
27	Tidak menyenangkan menjadi orang seperti saya				
28	Saya mudah putus asa				
29	Saya tidak yakin dapat menjalankan tanggung jawab yang ada pada diri saya				
30	Saya sering tidak puas dengan pekerjaan yang sudah saya lakukan				
31	Saya selalu ragu dalam menyampaikan pendapat saya				
32	Jika ada sesuatu yang ingin saya katakan, biasanya langsung saya katakan				
33	Saya merasa teman-teman sepergaulan dan lingkungan dapat memahami saya				
34	Saya meragukan kemampuan saya karena kegagalan-kegagalan yang saya alami				
35	Saya selalu ragu-ragu dengan keputusan yang saya ambil				
36	Saya seringkali tidak yakin akan berhasil terhadap sesuatu yang saya lakukan				
37	Saya tidak dapat diandalkan				
38	Saya merasa tidak nyaman berada di rumah				

LAMPIRAN C

DATA UJI COBA SKALA PENELITIAN

- 1. Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif**
- 2. Data Uji Coba Skala Konformitas**
- 3. Data Uji Coba Skala Harga Diri**

Resp.	No Item																																								Skor			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	Total			
27	2	0	1	0	2	1	1	1	2	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	36
28	0	1	0	0	2	1	0	1	0	0	0	1	0	2	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	3	3	0	0	2	0	0	0	2	2	2	2	0	30		
29	1	2	1	0	2	1	0	1	1	0	0	0	0	2	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	2	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	2	0	33	
30	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	1	41	
31	2	0	1	0	2	2	1	2	0	1	1	0	1	3	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	52		
32	2	2	1	0	2	2	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	47	
33	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	22		
34	1	1	1	0	2	1	1	1	1	0	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	0	1	1	0	1	2	2	2	1	44			
35	1	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	9		
36	1	0	2	0	3	1	1	1	0	0	1	0	0	2	0	0	0	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2	0	0	0	2	0	0	1	23			
37	1	1	1	0	2	1	1	1	1	0	1	1	0	2	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	40	
38	2	0	0	0	2	2	0	1	0	0	1	2	0	3	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	30			
39	2	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	0	0	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	0	1	1	43			
40	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	1	2	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	22			
41	0	1	2	1	2	1	1	1	1	0	0	1	1	2	1	0	1	1	0	2	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	2	1	33		
42	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	2	1	0	1	2	1	1	1	45			
43	2	0	1	1	3	0	1	1	1	2	1	0	1	3	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	53		
44	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	44		
45	2	2	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	2	2	1	2	3	2	1	1	1	0	0	2	2	1	46			
46	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	2	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1	0	24		
47	1	1	2	0	1	2	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	2	1	0	30			
48	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	0	34			
49	2	0	1	0	2	2	0	1	0	2	0	1	1	2	1	1	2	2	2	0	1	2	1	0	0	0	2	3	0	1	1	0	2	1	2	0	2	1	0	1	42			
50	2	1	1	1	2	1	1	2	1	0	1	1	1	3	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	0	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	0	1	52			
51	2	1	1	0	1	1	0	1	1	1	3	0	0	2	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	0	1	0	0	1	1	1	0	1	2	0	1	28			
52	1	0	2	0	3	0	0	1	2	0	0	2	2	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	35		

Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 2

Resp.	No Item																																						Skor
	1	5	7	8	9	10	11	13	14	15	16	17	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	30	31	32	34	35	36	37	40	Total								
1	2	3	1	1	1	1	1	0	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	37	
2	2	2	1	1	1	1	1	0	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	0	2	2	0	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	38	
3	2	2	0	0	0	0	0	0	3	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	14	
4	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	26	
5	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	37	
6	0	3	0	0	0	0	0	0	2	2	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	2	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	2	0	0	0	0	20		
7	1	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	14		
8	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32	
9	3	3	1	3	3	1	2	0	3	1	2	1	1	1	1	0	3	0	1	0	1	3	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	38		
10	1	1	0	1	1	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	14			
11	1	3	0	0	0	1	1	1	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	17			
12	1	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	13			
13	2	1	0	1	0	1	1	0	2	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30		
14	2	1	1	1	1	0	1	0	3	2	2	1	1	1	0	0	1	1	0	1	2	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30		
15	2	2	1	2	0	1	1	0	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	39			
16	3	2	1	1	1	0	1	1	3	2	2	2	1	1	1	0	2	1	1	1	2	3	2	2	1	0	1	0	2	1	0	2	1	0	2	41			
17	0	2	0	1	0	0	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	15				
18	1	3	0	1	2	1	1	0	1	3	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	27				
19	1	1	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30			
20	1	0	1	1	1	0	0	1	2	1	2	0	0	1	1	0	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	0	1	2	0	0	1	2	0	22			
21	0	1	1	1	1	0	0	0	2	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	12			
22	1	1	1	1	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	2	1	0	0	1	0	0	1	0	0	23				
23	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	20				
24	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	2	1	1	1	2	1	37				
25	2	2	0	1	0	1	1	0	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	30				
26	2	2	0	0	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	2	1	2	1	0	0	1	2	1	1	1	2	1	0	2	1	0	2	1	0	2	33			

Resp.	No Item																														Skor	
	1	5	7	8	9	10	11	13	14	15	16	17	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	30	31	32	34	35	36	37	40	Total	
27	2	2	1	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	29
28	0	2	0	1	0	0	0	0	2	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	3	0	0	0	0	0	2	0	17	
29	1	2	0	1	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	0	23	
30	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	29	
31	2	2	1	2	0	1	1	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	43	
32	2	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	36	
33	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	13	
34	1	2	1	1	1	0	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	0	1	0	1	2	1	33	
35	1	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6	
36	1	3	1	1	0	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2	1	16	
37	1	2	1	1	1	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30	
38	2	2	0	1	0	0	1	0	3	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	23	
39	2	1	1	1	0	1	0	0	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	0	0	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	33	
40	1	1	0	1	0	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	17	
41	0	2	1	1	1	0	0	1	2	1	0	1	0	2	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	22	
42	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	2	1	33		
43	2	3	1	1	1	2	1	1	3	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	43	
44	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	33	
45	2	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	2	2	2	3	2	1	1	0	0	1	34	
46	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	15	
47	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	20	
48	1	1	1	0	1	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	23	
49	2	2	0	1	0	2	0	1	2	1	1	2	2	0	1	2	1	0	0	0	2	3	1	1	0	1	2	0	2	1	33	
50	2	2	1	2	1	0	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	1	0	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	41	
51	2	1	0	1	1	1	3	0	2	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	1	0	1	1	22	
52	1	3	0	1	2	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	27	

Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 3

Resp.	No Item																												Skor		
	1	5	7	8	9	10	11	13	14	15	16	17	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	30	31	32	34	35	36	40	Total	
1	2	3	1	1	1	1	1	0	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	36
2	2	2	1	1	1	1	1	0	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	0	2	2	0	1	0	1	1	0	1	37	
3	2	2	0	0	0	0	0	0	3	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	14	
4	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	25
5	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	1	36	
6	0	3	0	0	0	0	0	0	2	2	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	2	1	0	1	0	1	1	0	0	18	
7	1	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	14	
8	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	31	
9	3	3	1	3	3	1	2	0	3	1	2	1	1	1	1	0	3	0	1	0	1	3	1	1	0	1	0	0	1	38	
10	1	1	0	1	1	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	13	
11	1	3	0	0	0	1	1	1	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	16	
12	1	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	13	
13	2	1	0	1	0	1	1	0	2	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	29	
14	2	1	1	1	1	0	1	0	3	2	2	1	1	1	0	0	1	1	0	1	2	1	2	0	1	0	1	1	1	29	
15	2	2	1	2	0	1	1	0	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	37	
16	3	2	1	1	1	0	1	1	3	2	2	2	1	1	1	0	2	1	1	1	2	3	2	2	1	0	1	0	1	39	
17	0	2	0	1	0	0	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	14	
18	1	3	0	1	2	1	1	0	1	3	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	25	
19	1	1	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	29	
20	1	0	1	1	1	0	0	1	2	1	2	0	0	1	1	0	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	20	
21	0	1	1	1	1	0	0	0	2	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	12	
22	1	1	1	1	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	2	1	0	0	0	22	
23	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	19	
24	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	1	35	
25	2	2	0	1	0	1	1	0	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	28	
26	2	2	0	0	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	2	1	2	1	0	0	1	2	1	1	1	2	1	0	1	31	

Resp.	No Item																												Skor Total		
	1	5	7	8	9	10	11	13	14	15	16	17	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	30	31	32	34	35	36		40	
27	2	2	1	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	28	
28	0	2	0	1	0	0	0	0	2	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	3	0	0	0	0	0	0	15
29	1	2	0	1	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	1	0	22	
30	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	27
31	2	2	1	2	0	1	1	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	42
32	2	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35
33	1	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	12	
34	1	2	1	1	1	0	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	0	1	0	1	1	31	
35	1	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	6
36	1	3	1	1	0	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	14
37	1	2	1	1	1	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29
38	2	2	0	1	0	0	1	0	3	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	22
39	2	1	1	1	0	1	0	0	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	0	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	31
40	1	1	0	1	0	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	16
41	0	2	1	1	1	0	0	1	2	1	0	1	0	2	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	21
42	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	31	
43	2	3	1	1	1	2	1	1	3	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	42
44	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	32
45	2	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	2	2	2	3	2	1	1	0	1	34	
46	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	14	
47	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	19	
48	1	1	1	0	1	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	22	
49	2	2	0	1	0	2	0	1	2	1	1	2	2	0	1	2	1	0	0	0	2	3	1	1	0	1	2	0	1	31	
50	2	2	1	2	1	0	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	1	0	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	40	
51	2	1	0	1	1	1	3	0	2	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	1	0	1	21	
52	1	3	0	1	2	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	26	

Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 4

Resp	No Item																												Skor	
	1	7	8	9	10	11	13	14	15	16	17	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	30	31	32	34	35	36	40	Total	
1	2	1	1	1	1	1	0	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	33
2	2	1	1	1	1	1	0	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	0	2	2	0	1	0	1	1	0	1	35	
3	2	0	0	0	0	0	0	3	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	12	
4	2	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	0	1	1	1	1	1	0	24
5	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	0	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	1	34	
6	0	0	0	0	0	0	0	2	2	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	2	1	0	1	0	1	1	0	0	15	
7	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	13	
8	1	0	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	30	
9	3	1	3	3	1	2	0	3	1	2	1	1	1	1	0	3	0	1	0	1	3	1	1	0	1	0	0	1	35	
10	1	0	1	1	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	12	
11	1	0	0	0	1	1	1	3	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	13	
12	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	12	
13	2	0	1	0	1	1	0	2	0	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	28	
14	2	1	1	1	0	1	0	3	2	2	1	1	1	0	0	1	1	0	1	2	1	2	0	1	0	1	1	1	28	
15	2	1	2	0	1	1	0	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	35	
16	3	1	1	1	0	1	1	3	2	2	2	1	1	1	0	2	1	1	1	2	3	2	2	1	0	1	0	1	37	
17	0	0	1	0	0	0	0	2	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	12	
18	1	0	1	2	1	1	0	1	3	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	22	
19	1	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	28	
20	1	1	1	1	0	0	1	2	1	2	0	0	1	1	0	1	0	1	1	2	1	1	0	0	0	0	1	0	20	
21	0	1	1	1	0	0	0	2	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	11	
22	1	1	1	1	0	0	1	2	0	2	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	0	2	1	0	0	0	21	
23	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	18	
24	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	0	1	1	33	
25	2	0	1	0	1	1	0	1	2	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	26	
26	2	0	0	1	1	1	1	3	1	1	1	1	0	2	1	2	1	0	0	1	2	1	1	1	2	1	0	1	29	

Resp.	No Item																												Skor Total
	1	7	8	9	10	11	13	14	15	16	17	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	30	31	32	34	35	36	40	
27	2	1	1	2	1	1	0	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	26
28	0	0	1	0	0	0	0	2	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	3	0	0	0	0	0	0	13
29	1	0	1	1	0	0	0	2	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	1	0	20
30	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	26
31	2	1	2	0	1	1	1	3	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	40
32	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	33
33	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	11
34	1	1	1	1	0	1	1	2	2	1	1	0	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	0	1	0	1	1	29
35	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	5
36	1	1	1	0	0	1	0	2	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	11
37	1	1	1	1	0	1	0	2	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	27
38	2	0	1	0	0	1	0	3	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	20
39	2	1	1	0	1	0	0	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	0	0	2	2	1	1	1	1	1	1	1	30
40	1	0	1	0	0	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	15
41	0	1	1	1	0	0	1	2	1	0	1	0	2	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	19
42	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	29
43	2	1	1	1	2	1	1	3	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	39
44	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	31
45	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	2	2	2	3	2	1	1	0	1	32
46	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	13	
47	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	18
48	1	1	0	1	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	21
49	2	0	1	0	2	0	1	2	1	1	2	2	0	1	2	1	0	0	0	2	3	1	1	0	1	2	0	1	29
50	2	1	2	1	0	1	1	3	2	1	1	2	2	1	2	2	1	0	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	38
51	2	0	1	1	1	3	0	2	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	2	1	0	0	1	1	0	1	20
52	1	0	1	2	0	0	2	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	23

Data Uji Coba Skala Konformitas (X-1) Tahap 1

Resp.	No Item																														Skor	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	Total	
1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	0	2	2	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	34
2	1	1	3	0	1	3	0	1	1	0	1	2	2	1	0	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35
3	0	1	2	1	2	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	2	0	0	1	2	0	2	24	
4	1	1	2	0	1	0	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	25
5	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	28
6	0	1	2	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	10
7	0	1	2	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	26
8	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	28
9	1	2	2	0	1	2	1	2	2	0	3	2	2	1	0	1	1	2	0	2	1	1	0	1	0	1	2	1	2	2	38	
10	0	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	36
11	0	0	2	2	0	1	1	2	1	0	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	31	
12	0	1	2	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	26
13	0	1	2	1	1	2	1	2	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	2	2	34
14	0	1	3	0	1	2	1	3	1	0	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	1	1	21
15	1	1	2	0	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	34
16	0	1	3	0	2	3	0	2	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	2	0	2	1	2	1	0	0	1	1	1	1	29
17	0	1	2	1	1	3	0	2	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0	1	1	0	1	1	1	23
18	1	1	2	1	2	2	1	2	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	2	0	0	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	33
19	1	1	2	1	2	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	2	1	1	1	1	33	
20	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	1	1	2	0	1	0	1	1	2	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	2	31
21	0	0	2	0	1	3	1	2	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13
22	0	1	1	1	2	3	0	1	2	1	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	2	28
23	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	37
24	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	40
25	1	1	2	1	1	1	1	2	1	0	3	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	36
26	0	2	3	1	3	1	0	1	1	0	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	38

Resp.	No Item																														Skor Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
27	0	2	3	1	3	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	34
28	0	1	2	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	2	0	0	1	0	1	1	17	
29	0	1	2	2	1	0	1	1	1	0	1	2	2	0	0	1	1	0	2	1	0	1	1	2	2	0	1	0	1	1	28	
30	0	0	2	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	0	0	0	18	
31	1	1	2	1	2	2	1	1	1	0	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	0	1	2	0	3	2	43	
32	1	1	2	1	2	2	0	2	1	0	1	1	2	1	0	1	2	2	0	2	1	1	0	2	1	0	2	1	2	1	35	
33	0	1	2	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	15	
34	1	1	3	1	2	1	1	3	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	34	
35	0	1	2	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	0	11	
36	0	1	2	0	2	1	0	2	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	24	
37	0	1	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	35	
38	1	1	3	1	2	1	1	2	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	2	0	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	32
39	1	2	3	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	30	
40	1	1	2	2	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	3	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	20	
41	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	32	
42	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31	
43	1	1	3	0	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	0	1	0	1	0	32	
44	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	32	
45	1	1	3	1	2	1	1	2	1	1	3	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	2	1	0	2	33	
46	0	2	2	0	2	1	1	2	0	1	1	2	0	1	0	1	1	1	0	0	0	2	0	0	1	0	2	0	1	1	25	
47	0	1	2	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	29	
48	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	31	
49	2	1	2	3	1	2	0	2	1	0	0	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	2	0	0	1	0	2	1	26	
50	1	3	3	0	0	1	1	1	2	0	3	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	0	2	0	1	0	1	3	3	39	
51	0	0	2	0	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	2	0	1	0	1	0	1	1	3	3	2	23	
52	0	1	3	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	23	

Data Uji Coba Skala Konformitas (X-1) Tahap 2

Resp.	No Item																				Skor		
	1	2	5	7	9	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	23	25	26	28	29	30	Total
1	1	1	0	1	1	2	2	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	26
2	1	1	1	0	1	1	2	2	1	0	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	24
3	0	1	2	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	2	0	2	17
4	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	18
5	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	21
6	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
7	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	18
8	1	1	1	0	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
9	1	2	1	1	2	3	2	2	1	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	2	2	28
10	0	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	26
11	0	0	0	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	22
12	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	18
13	0	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	2	2	22
14	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	11
15	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	23
16	0	1	2	0	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	2	0	1	1	0	1	1	1	17
17	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	11
18	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	0	0	1	1	0	1	1	1	22
19	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	22
20	1	1	1	2	1	1	1	2	0	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	2	19
21	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
22	0	1	2	0	2	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	18
23	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	26
24	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	27
25	1	1	1	1	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	27

Resp.	No Item																				Skor Total		
	1	2	5	7	9	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	23	25	26	28		29	30
27	0	2	3	0	1	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	28
28	0	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
29	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	9
30	0	1	1	1	1	1	2	2	0	0	1	1	0	2	1	0	1	2	0	0	1	1	19
31	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	12
32	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	0	1	0	3	2	31
33	1	1	2	0	1	1	1	2	1	0	1	2	2	0	2	1	0	1	0	1	2	1	23
34	0	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	8
35	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
36	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	6
37	0	1	2	0	1	1	1	1	1	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	16
38	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
39	1	1	2	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	2	0	1	1	1	1	1	2	21
40	1	2	1	1	2	2	1	1	2	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	20
41	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	3	1	0	0	0	0	0	1	0	15
42	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22
44	1	1	2	1	2	1	2	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1	0	0	0	1	0	22
45	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
46	1	1	2	1	1	3	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	2	23
47	0	2	2	1	0	1	2	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	15
48	0	1	2	0	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	20
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	21
50	2	1	1	0	1	0	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	13
51	1	3	0	1	2	3	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	0	0	1	1	3	3	31
52	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	2	0	0	0	1	3	3	2	17
53	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15

Data Uji Coba Skala Konformitas (X-1) Tahap 3

Resp	No Item																				Skor
	1	2	9	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	23	25	26	28	29	30	Total
1	1	1	1	2	2	1	2	0	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	25
2	1	1	1	1	2	2	1	0	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	23
3	0	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	2	0	2	14
4	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	16
5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	19
6	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4
7	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	17
8	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20
9	1	2	2	3	2	2	1	0	1	1	2	0	2	1	0	0	1	1	2	2	26
10	0	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	24
11	0	0	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	21
12	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	17
13	0	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	2	2	20
14	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	9
15	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	20
16	0	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	1	2	0	1	1	0	1	1	1	15
17	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	10
18	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	0	0	1	1	0	1	1	1	19
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	19
20	1	1	1	1	1	2	0	1	0	1	1	2	1	0	0	0	1	0	0	2	16
21	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3
22	0	1	2	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	1	2	16
23	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	23
24	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	24
25	1	1	1	3	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	25

Resp.	No Item																				Skor
	1	2	9	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	23	25	26	28	29	30	Total
27	0	2	1	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	25	
28	0	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	
29	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	8	
30	0	1	1	1	2	2	0	0	1	1	0	2	1	0	1	2	0	0	1	17	
31	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	11	
32	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	0	1	0	3	28	
33	1	1	1	1	1	2	1	0	1	2	2	0	2	1	0	1	0	1	2	21	
34	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	8	
35	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	
36	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	5	
37	0	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	0	1	0	0	0	0	1	1	14	
38	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	
39	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	2	0	1	1	1	1	1	18	
40	1	2	2	2	1	1	2	0	0	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	18	
41	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	3	1	0	0	0	0	0	1	13	
42	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	
43	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	20	
44	1	1	2	1	2	2	1	0	1	1	1	1	2	1	1	0	0	0	1	19	
45	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	
46	1	1	1	3	1	2	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	20	
47	0	2	0	1	2	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	1	12	
48	0	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	18	
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	19	
50	2	1	1	0	1	2	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	2	12	
51	1	3	2	3	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	0	0	1	1	3	30	
52	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	2	0	0	0	1	3	3	17	
53	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15	

Data Uji Coba Skala harga Diri (X-2) Tahap 1

Resp.	No Item																																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	
1	2	2	2	3	2	1	2	1	3	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1
2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	
3	3	3	0	3	2	3	2	1	3	3	2	3	3	2	1	2	3	0	3	1	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	
4	3	2	2	3	2	3	2	0	3	1	2	2	1	2	1	0	2	0	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	3	1
5	2	2	1	3	2	3	3	1	3	2	2	2	3	0	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	1	1
6	3	1	1	2	1	1	1	0	2	1	2	1	1	1	0	3	3	0	2	1	2	0	0	3	2	2	3	2	2	2	0	2	0	
7	2	2	1	3	2	3	2	1	3	2	2	3	2	1	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1
8	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1
9	3	3	1	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	1	2	2	3	1	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	
10	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	
11	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	1	2	3	2	1	3	1	1	2	
12	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	
13	2	2	1	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	
14	3	2	1	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	3	2	1	3	1	2	1	3	1	1	2	1	2	3	2	2	3	2	1	1	
15	3	2	1	2	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	2	1	3	0	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	
16	3	2	2	2	2	3	2	0	3	2	2	3	3	3	1	0	2	0	2	1	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	1	1	2	
17	3	3	1	2	2	2	3	1	3	2	2	1	3	3	1	2	3	1	2	2	3	0	2	2	2	2	3	2	2	2	0	2	1	
18	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	1	3	3	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	3	2	1	3	1	3	1	
19	3	2	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	
20	2	2	0	3	2	1	2	0	3	2	2	3	2	2	1	1	2	0	2	2	2	1	0	2	2	0	2	2	1	3	0	2	1	
21	3	2	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	
22	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	1	3	1	3	2	2	1	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	
23	3	2	2	3	2	3	2	2	3	1	3	3	3	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	
24	3	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	3	0	2	2	2	1	1	3	2	2	3	2	2	2	1	1	2	
25	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	

Resp.	No Item																																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	
27	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1
28	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	
29	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	
30	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	3	1	
31	2	2	1	1	1	1	1	1	3	2	2	1	2	1	1	1	1	0	2	2	2	1	1	3	2	1	3	2	1	3	1	2	1	
32	2	2	3	1	2	2	2	0	3	1	2	1	3	2	1	2	3	1	2	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	
33	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	
34	2	2	2	3	2	3	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	
35	2	1	2	3	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	
36	3	2	1	3	2	2	2	0	3	2	2	3	1	2	2	2	2	0	2	1	2	1	2	2	2	1	3	3	2	3	1	2	2	
37	3	2	0	2	2	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	0	3	1	2	2	2	1	1	3	2	2	3	1	2	3	2	2	2	
38	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	
39	3	2	1	0	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
40	3	3	1	1	2	1	2	0	2	1	2	2	1	1	1	0	1	0	2	1	2	1	0	3	2	2	3	2	2	1	1	0	2	
41	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	1	3	3	3	1	0	3	2	2	3	3	3	2	3	2	1	2	3	3	3	2	
42	3	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	
43	2	2	2	3	2	3	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	
44	2	2	2	0	2	2	2	2	2	2	2	0	2	2	2	0	1	0	2	1	2	0	1	3	2	2	3	2	2	0	0	1	2	
45	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
46	3	3	1	3	1	3	2	1	3	1	1	0	2	2	0	3	3	0	1	1	2	1	1	3	1	1	3	2	1	1	1	0	1	
47	3	2	1	3	2	1	2	1	3	3	2	2	2	2	1	1	3	1	2	1	2	0	1	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	
48	3	2	2	3	2	2	2	2	3	1	1	2	2	1	2	2	3	1	2	1	2	0	1	3	2	1	2	1	1	3	1	3	1	
49	2	2	1	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	1	1	3	0	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	
50	3	3	0	3	2	2	3	0	3	3	2	3	3	2	2	0	1	0	2	1	2	0	1	3	1	2	3	2	2	3	1	1	1	
51	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	1	3	1	3	1	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	
52	3	3	0	3	3	1	3	1	3	2	3	1	2	2	2	2	1	1	3	2	3	1	1	3	2	2	3	3	2	3	2	1	2	
53	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	

Resp.	No Item																	Skor Total
	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	
1	1	3	1	3	2	1	1	1	2	2	2	1	1	3	2	2	2	90
2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	71
3	1	3	0	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	1	119
4	2	3	2	3	3	2	1	2	1	2	2	2	3	3	1	2	2	99
5	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	100
6	2	2	1	2	2	2	1	0	1	1	1	2	1	2	1	2	1	77
7	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	109
8	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	107
9	2	2	1	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	0	2	3	124
10	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	122
11	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	118
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	117
13	0	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	105
14	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	106
15	3	1	2	2	3	1	2	0	1	1	2	2	2	2	2	2	2	108
16	3	1	0	2	3	1	1	1	1	3	2	2	2	3	2	1	2	113
17	2	2	3	2	1	1	2	0	1	2	1	1	1	3	1	3	2	110
18	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	3	2	113
19	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	118
20	2	2	2	3	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	3	2	102
21	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	123
22	2	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	128
23	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	123
24	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	113
25	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	114

Resp.	No Item																Skor Total	
	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49		50
26	2	3	1	2	3	1	1	1	3	3	2	1	2	3	2	2	3	121
27	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	115
28	2	2	2	2	1	2	0	1	1	1	1	2	2	3	1	3	2	119
29	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	135
30	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	108
31	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	124
32	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	124
33	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	1	3	2	144
34	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	110
35	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	141
36	3	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	138
37	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	124
38	2	2	3	3	3	2	1	2	3	3	1	2	1	2	2	1	2	127
39	1	1	1	2	1	2	0	0	2	3	1	1	1	2	2	2	2	111
40	3	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	2	3	3	2	2	2	161
41	2	2	2	3	2	3	1	1	1	2	3	2	1	3	2	2	2	140
42	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	142
43	1	2	1	2	1	3	2	2	1	3	1	1	2	2	2	1	2	122
44	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	136
45	1	2	1	0	1	2	1	1	2	1	1	0	0	1	1	2	1	115
46	2	2	3	2	3	3	1	2	1	2	2	3	2	3	1	3	2	149
47	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	3	1	132
48	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	3	2	145
49	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	3	133
50	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	3	3	171
51	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	1	2	160
52	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	149

LAMPIRAN D

UJI VALIDITAS ITEM DAN RELIABILITAS SKALA PENELITIAN

- 1. Uji Validitas Item dan Reliabilitas
Skala Perilaku Konsumtif**
- 2. Uji Validitas Item dan Reliabilitas
Skala Konformitas**
- 3. Uji Validitas Item dan Reliabilitas
Skala Harga Diri**

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 1

Validitas

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	34.6346	107.923	.568	.	.881
VAR00002	35.2500	115.446	.102	.	.890
VAR00003	34.9808	113.902	.210	.	.888
VAR00004	35.6346	113.570	.262	.	.887
VAR00005	34.3077	112.296	.278	.	.887
VAR00006	34.7885	113.386	.239	.	.887
VAR00007	35.4615	111.430	.528	.	.883
VAR00008	35.0000	113.255	.323	.	.886
VAR00009	35.2885	112.680	.297	.	.886
VAR00010	35.5192	110.607	.522	.	.883
VAR00011	35.4423	110.957	.440	.	.884
VAR00012	35.1731	118.224	-.098	.	.893
VAR00013	35.5385	113.391	.311	.	.886
VAR00014	33.9423	112.055	.329	.	.886
VAR00015	35.0385	105.724	.659	.	.879
VAR00016	34.9615	109.018	.588	.	.881
VAR00017	35.2308	110.220	.601	.	.882
VAR00018	35.0769	113.837	.237	.	.887
VAR00019	35.3269	108.224	.646	.	.880
VAR00020	35.2308	110.926	.420	.	.884
VAR00021	35.1154	110.849	.509	.	.883
VAR00022	35.4423	109.624	.575	.	.882
VAR00023	35.0769	105.759	.708	.	.878
VAR00024	35.3269	112.930	.417	.	.885
VAR00025	35.3654	112.080	.448	.	.884
VAR00026	35.4423	110.683	.462	.	.884
VAR00027	34.8846	108.575	.603	.	.881

VAR00028	34.5577	109.506	.549	.	.882
VAR00029	35.4423	113.350	.245	.	.887
VAR00030	35.0000	111.686	.382	.	.885
VAR00031	35.1731	111.636	.438	.	.884
VAR00032	35.3462	113.211	.299	.	.886
VAR00033	35.0000	113.804	.224	.	.887
VAR00034	35.2885	112.366	.450	.	.884
VAR00035	35.3654	112.629	.367	.	.885
VAR00036	35.4423	113.467	.335	.	.886
VAR00037	34.8654	112.746	.304	.	.886
VAR00038	34.6346	113.648	.193	.	.889
VAR00039	34.7885	115.386	.071	.	.892
VAR00040	35.3654	111.217	.575	.	.883

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.887	.892	40

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 2

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	25.2115	80.445	.639	.	.897
VAR00002	24.8846	85.202	.273	.	.905
VAR00003	26.0385	84.822	.483	.	.901
VAR00004	25.5769	85.700	.353	.	.903
VAR00005	25.8654	85.570	.289	.	.904
VAR00006	26.0962	83.265	.564	.	.899
VAR00007	26.0192	83.431	.490	.	.900
VAR00008	26.1154	86.104	.312	.	.903
VAR00009	24.5192	84.725	.347	.	.903
VAR00010	25.6154	79.418	.661	.	.897
VAR00011	25.5385	82.606	.562	.	.899
VAR00012	25.8077	83.452	.592	.	.899
VAR00013	25.9038	81.422	.664	.	.897
VAR00014	25.8077	84.668	.361	.	.903
VAR00015	25.6923	83.707	.529	.	.900
VAR00016	26.0192	82.647	.593	.	.899
VAR00017	25.6538	79.054	.742	.	.895
VAR00018	25.9038	85.814	.406	.	.902
VAR00019	25.9423	85.546	.387	.	.902
VAR00020	26.0192	83.745	.462	.	.901
VAR00021	25.4615	82.293	.571	.	.899
VAR00022	25.1346	82.236	.593	.	.898
VAR00023	25.5769	85.151	.336	.	.903
VAR00024	25.7500	84.623	.435	.	.901
VAR00025	25.9231	86.190	.277	.	.904
VAR00026	25.8654	85.099	.465	.	.901
VAR00027	25.9423	85.153	.397	.	.902

VAR00028	26.0192	86.451	.306	.	.903
VAR00029	25.4423	86.055	.260	.	.905
VAR00030	25.9423	83.820	.624	.	.899

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.904	.904	30

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 3

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	24.0577	76.997	.650	.	.898
VAR00002	23.7308	81.887	.266	.	.906
VAR00003	24.8846	81.398	.487	.	.901
VAR00004	24.4231	82.210	.361	.	.903
VAR00005	24.7115	82.013	.302	.	.905
VAR00006	24.9423	79.899	.564	.	.900
VAR00007	24.8654	80.001	.496	.	.901
VAR00008	24.9615	82.704	.310	.	.904
VAR00009	23.3654	81.138	.363	.	.904
VAR00010	24.4615	76.371	.643	.	.898
VAR00011	24.3846	79.222	.565	.	.900
VAR00012	24.6538	80.074	.593	.	.900
VAR00013	24.7500	78.230	.652	.	.898
VAR00014	24.6538	81.211	.366	.	.904
VAR00015	24.5385	80.371	.525	.	.901
VAR00016	24.8654	79.374	.585	.	.899
VAR00017	24.5000	75.745	.745	.	.896
VAR00018	24.7500	82.426	.403	.	.903
VAR00019	24.7885	82.248	.375	.	.903
VAR00020	24.8654	80.393	.460	.	.902
VAR00021	24.3077	78.962	.570	.	.900
VAR00022	23.9808	78.921	.591	.	.899
VAR00023	24.4231	81.857	.326	.	.904
VAR00024	24.5962	81.108	.447	.	.902
VAR00025	24.7692	82.652	.288	.	.905
VAR00026	24.7115	81.699	.465	.	.902
VAR00027	24.7885	81.778	.395	.	.903

VAR00028	24.8654	83.060	.302	.	.904
VAR00029	24.7885	80.445	.624	.	.900

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.905	.905	29

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif (Y) Tahap 4

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	22.3462	73.054	.650	.	.899
VAR00002	23.1731	77.244	.498	.	.903
VAR00003	22.7115	78.092	.366	.	.905
VAR00004	23.0000	78.039	.292	.	.907
VAR00005	23.2308	75.985	.553	.	.902
VAR00006	23.1538	76.172	.478	.	.903
VAR00007	23.2500	78.583	.313	.	.906
VAR00008	21.6538	77.329	.341	.	.906
VAR00009	22.7500	72.583	.632	.	.900
VAR00010	22.6731	75.166	.570	.	.901
VAR00011	22.9423	76.055	.593	.	.901
VAR00012	23.0385	74.430	.635	.	.900
VAR00013	22.9423	76.879	.390	.	.905
VAR00014	22.8269	76.303	.529	.	.902
VAR00015	23.1538	75.388	.583	.	.901
VAR00016	22.7885	71.856	.743	.	.897
VAR00017	23.0385	78.234	.417	.	.904
VAR00018	23.0769	78.190	.373	.	.905
VAR00019	23.1538	76.250	.470	.	.903
VAR00020	22.5962	74.873	.578	.	.901
VAR00021	22.2692	75.063	.578	.	.901
VAR00022	22.7115	77.582	.345	.	.906
VAR00023	22.8846	77.202	.432	.	.904
VAR00024	23.0577	78.369	.307	.	.906
VAR00025	23.0000	77.647	.463	.	.903

VAR00026	23.0769	77.602	.406	.	.904
VAR00027	23.1538	78.721	.330	.	.905
VAR00028	23.0769	76.504	.613	.	.901

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.906	.906	28

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Konformitas (X-1) Tahap 1

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	28.3846	52.281	.403	.	.826
VAR00002	27.8462	53.192	.313	.	.829
VAR00003	26.6923	54.374	.151	.	.833
VAR00004	28.1346	53.491	.170	.	.835
VAR00005	27.6154	51.771	.315	.	.829
VAR00006	27.6346	52.393	.207	.	.835
VAR00007	28.2308	53.318	.287	.	.830
VAR00008	27.5385	52.763	.225	.	.833
VAR00009	28.0000	51.647	.496	.	.823
VAR00010	28.5192	53.941	.215	.	.831
VAR00011	27.7500	50.858	.403	.	.826
VAR00012	27.8462	51.976	.414	.	.826
VAR00013	27.6154	51.888	.427	.	.825
VAR00014	27.9615	51.920	.454	.	.825
VAR00015	28.3269	51.675	.377	.	.827
VAR00016	28.1923	51.374	.576	.	.821
VAR00017	27.8654	53.060	.316	.	.829
VAR00018	27.9423	51.859	.580	.	.822
VAR00019	27.9615	52.508	.304	.	.829
VAR00020	27.8846	50.810	.468	.	.823
VAR00021	28.3846	50.947	.630	.	.820
VAR00022	27.8269	54.460	.148	.	.833
VAR00023	28.3462	51.917	.454	.	.825
VAR00024	27.6731	53.126	.206	.	.833
VAR00025	28.2692	52.671	.366	.	.827
VAR00026	28.2692	52.240	.464	.	.825
VAR00027	27.8269	53.754	.206	.	.832

VAR00028	28.0769	52.739	.292	.	.830
VAR00029	27.8269	51.440	.392	.	.826
VAR00030	27.7692	51.083	.426	.	.825

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.833	.844	30

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Konformitas (X-1) Tahap 2

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	19.0000	36.588	.371	.	.841
VAR00002	18.4615	37.077	.325	.	.843
VAR00003	18.2308	36.848	.209	.	.851
VAR00004	18.8462	37.348	.271	.	.845
VAR00005	18.6154	35.810	.504	.	.837
VAR00006	18.3654	34.550	.476	.	.837
VAR00007	18.4615	36.175	.406	.	.840
VAR00008	18.2308	36.220	.402	.	.840
VAR00009	18.5769	36.014	.465	.	.838
VAR00010	18.9423	36.016	.356	.	.843
VAR00011	18.8077	35.452	.609	.	.833
VAR00012	18.4808	36.882	.340	.	.842
VAR00013	18.5577	36.173	.555	.	.836
VAR00014	18.5769	36.131	.361	.	.842
VAR00015	18.5000	34.843	.507	.	.836
VAR00016	19.0000	35.137	.656	.	.832
VAR00017	18.9615	36.195	.436	.	.839
VAR00018	18.8846	36.849	.343	.	.842
VAR00019	18.8846	36.104	.509	.	.837
VAR00020	18.6923	36.296	.354	.	.842
VAR00021	18.4423	35.663	.391	.	.841
VAR00022	18.3846	35.457	.414	.	.840

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.846	.854	22

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Konformitas (X-1) Tahap 3

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	17.0385	32.430	.356	.	.846
VAR00002	16.5000	32.922	.303	.	.848
VAR00003	16.6538	31.643	.498	.	.840
VAR00004	16.4038	30.167	.507	.	.840
VAR00005	16.5000	31.941	.408	.	.844
VAR00006	16.2692	32.044	.394	.	.844
VAR00007	16.6154	31.849	.457	.	.842
VAR00008	16.9808	31.902	.341	.	.847
VAR00009	16.8462	31.348	.595	.	.837
VAR00010	16.5192	32.843	.301	.	.848
VAR00011	16.5962	31.893	.568	.	.839
VAR00012	16.6154	32.084	.335	.	.847
VAR00013	16.5385	30.567	.525	.	.838
VAR00014	17.0385	30.900	.671	.	.834
VAR00015	17.0000	32.157	.404	.	.844
VAR00016	16.9231	32.661	.330	.	.847
VAR00017	16.9231	31.719	.541	.	.839
VAR00018	16.7308	31.965	.368	.	.846
VAR00019	16.4808	31.039	.450	.	.842
VAR00020	16.4231	31.190	.424	.	.844

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.850	.855	20

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Harga Diri (X-2) Tahap 1

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	92.6538	150.113	.275	.	.896
VAR00002	93.0192	150.686	.318	.	.895
VAR00003	93.6538	151.211	.145	.	.898
VAR00004	92.6538	146.074	.420	.	.894
VAR00005	93.2692	149.652	.436	.	.894
VAR00006	93.0962	148.442	.340	.	.895
VAR00007	93.0769	152.425	.225	.	.896
VAR00008	93.9423	148.369	.328	.	.895
VAR00009	92.3846	149.496	.458	.	.894
VAR00010	93.1154	147.477	.455	.	.894
VAR00011	93.2115	150.601	.403	.	.895
VAR00012	93.1346	146.785	.388	.	.894
VAR00013	92.9808	151.117	.208	.	.897
VAR00014	93.2692	147.730	.365	.	.895
VAR00015	93.4038	146.049	.508	.	.893
VAR00016	93.6731	149.989	.201	.	.898
VAR00017	92.8462	150.839	.173	.	.898
VAR00018	94.3462	150.858	.242	.	.896
VAR00019	93.0962	149.226	.480	.	.894
VAR00020	93.6538	151.172	.255	.	.896
VAR00021	93.0385	150.626	.378	.	.895
VAR00022	94.0192	149.156	.318	.	.895
VAR00023	93.6731	144.420	.603	.	.891
VAR00024	92.6923	154.845	-.041	.	.899
VAR00025	93.1538	148.250	.542	.	.893
VAR00026	93.2115	148.994	.459	.	.894
VAR00027	92.5962	153.030	.105	.	.897

VAR00028	93.1731	152.381	.185	.	.896
VAR00029	93.3077	148.256	.530	.	.893
VAR00030	92.6154	145.065	.561	.	.892
VAR00031	93.6346	144.080	.596	.	.891
VAR00032	93.2500	145.642	.425	.	.894
VAR00033	93.6346	150.393	.293	.	.895
VAR00034	93.1731	149.283	.342	.	.895
VAR00035	92.9615	146.861	.465	.	.893
VAR00036	93.4423	148.369	.307	.	.896
VAR00037	92.8462	146.799	.506	.	.893
VAR00038	93.0577	145.350	.534	.	.892
VAR00039	93.2115	149.464	.312	.	.895
VAR00040	93.5769	147.268	.423	.	.894
VAR00041	93.5962	145.775	.493	.	.893
VAR00042	93.3846	146.986	.412	.	.894
VAR00043	93.1154	149.986	.302	.	.895
VAR00044	93.3846	145.496	.655	.	.891
VAR00045	93.4038	145.500	.605	.	.892
VAR00046	93.3654	144.668	.557	.	.892
VAR00047	92.9231	148.190	.436	.	.894
VAR00048	93.5385	154.057	.019	.	.898
VAR00049	92.9423	149.389	.296	.	.896
VAR00050	93.1923	152.158	.195	.	.896

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.897	.900	50

Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Harga Diri (X-2) Tahap 2

Validitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	70.4615	120.959	.282	.	.906
VAR00002	70.8269	122.028	.275	.	.906
VAR00003	70.4615	117.469	.417	.	.905
VAR00004	71.0769	120.661	.436	.	.905
VAR00005	70.9038	119.657	.333	.	.906
VAR00006	71.7500	119.995	.294	.	.907
VAR00007	70.1923	120.629	.447	.	.904
VAR00008	70.9231	118.386	.479	.	.904
VAR00009	71.0192	121.549	.399	.	.905
VAR00010	70.9423	117.899	.398	.	.905
VAR00011	71.0769	118.974	.361	.	.905
VAR00012	71.2115	117.543	.498	.	.903
VAR00013	70.9038	120.245	.483	.	.904
VAR00014	70.8462	121.858	.342	.	.905
VAR00015	71.8269	120.146	.321	.	.906
VAR00016	71.4808	115.784	.616	.	.902
VAR00017	70.9615	119.802	.502	.	.904
VAR00018	71.0192	120.058	.460	.	.904
VAR00019	71.1154	119.555	.515	.	.904
VAR00020	70.4231	116.327	.576	.	.902
VAR00021	71.4423	115.742	.590	.	.902
VAR00022	71.0577	117.036	.425	.	.905
VAR00023	71.4423	121.428	.284	.	.906
VAR00024	70.9808	120.176	.353	.	.905
VAR00025	70.7692	118.495	.439	.	.904
VAR00026	71.2500	119.603	.299	.	.907
VAR00027	70.6538	117.486	.554	.	.903

VAR00028	70.8654	116.158	.578	.	.902
VAR00029	71.0192	120.058	.343	.	.906
VAR00030	71.3846	118.633	.414	.	.905
VAR00031	71.4038	117.226	.489	.	.903
VAR00032	71.1923	118.158	.418	.	.905
VAR00033	70.9231	120.621	.328	.	.906
VAR00034	71.1923	116.864	.661	.	.901
VAR00035	71.2115	116.327	.654	.	.901
VAR00036	71.1731	115.754	.586	.	.902
VAR00037	70.7308	118.906	.472	.	.904
VAR00038	70.7500	120.583	.284	.	.906

Reliabilitas

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.907	.911	38

A decorative scroll border with a grey shadow effect, framing the text. The scroll is open at the top and bottom, with the top edge curving upwards and the bottom edge curving downwards.

LAMPIRAN E

DATA PENELITIAN

- 1. Data Skala Perilaku Konsumtif**
- 2. Data Skala Konformitas**
- 3. Data Skala Harga Diri**

Data Perilaku Konsumtif (Y)

Resp.	No Item																												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
1	3	1	1	1	0	0	1	2	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	17
2	3	1	1	1	2	1	1	2	0	1	2	2	0	1	0	2	1	1	0	2	2	1	1	0	1	1	0	1	31
3	2	1	1	0	0	1	0	1	1	2	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	23
4	2	0	1	0	0	0	0	3	0	1	2	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	19
5	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	0	1	0	0	1	0	1	1	1	2	2	0	1	1	0	1	0	30
6	2	1	1	0	1	1	0	2	1	0	1	1	0	1	0	2	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	21
7	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31
8	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	35
9	2	1	1	0	1	0	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	0	1	1	2	2	1	0	2	1	2	1	0	33
10	0	0	0	0	0	2	0	2	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	15
11	1	1	1	1	0	1	0	2	0	1	1	1	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	2	0	0	0	0	0	16
12	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	35
13	1	1	1	1	0	0	0	2	1	2	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	22
14	2	0	1	1	0	0	0	2	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	16
15	2	1	2	1	0	2	0	3	2	2	1	1	1	0	0	3	1	0	1	2	2	1	1	0	1	0	1	0	31
16	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	31
17	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	2	1	1	0	19
18	1	1	1	1	0	0	0	2	1	2	1	0	2	0	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	19
19	3	1	2	1	0	1	0	2	1	0	1	0	1	1	1	2	1	1	0	0	1	2	1	1	0	0	1	0	25
20	2	1	1	1	1	1	0	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	0	1	2	0	1	0	1	0	0	0	26
21	1	0	0	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	28
22	2	0	1	2	0	1	1	2	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	30
23	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	2	2	1	1	1	1	0	1	1	25
24	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	0	30
25	1	0	1	0	1	0	3	2	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	21

Resp.	No Item																												Skor Total	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28		
26	2	0	1	1	1	1	0	2	2	2	1	1	2	0	0	0	0	1	1	1	1	2	0	1	1	0	1	0	25	
27	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	2	1	1	0	1	0	1	1	26	
28	1	1	1	0	0	0	0	2	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	15	
29	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	32	
30	1	0	1	1	0	1	0	1	1	2	1	0	3	0	0	1	0	0	0	0	1	2	0	1	0	0	0	0	17	
31	2	1	2	1	0	1	0	2	1	2	2	1	1	1	0	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	27	
32	2	1	2	2	2	1	0	2	1	2	1	1	1	0	1	1	1	2	0	1	2	2	1	1	1	2	1	1	35	
33	1	1	2	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	2	2	2	1	1	1	0	0	1	29	
34	2	0	1	0	0	0	0	2	0	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	2	2	2	0	0	0	1	0	16	
35	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	31	
36	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	2	1	1	1	1	0	1	29	
37	2	1	2	0	0	1	0	2	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	12	
38	3	0	1	1	1	1	0	2	0	0	1	0	0	1	1	1	2	2	1	2	2	1	0	1	1	1	1	1	0	27
39	3	1	0	0	0	1	0	3	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	2	2	1	1	0	1	1	1	0	26	
40	3	0	1	0	1	1	0	3	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	18	
41	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	1	0	30
42	2	0	0	0	0	0	0	2	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	2	1	1	0	0	1	1	0	15	
43	1	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	18	
44	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	2	1	0	1	0	0	1	0	18	
45	1	1	1	0	1	0	1	2	0	2	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	28	
46	0	1	1	0	0	1	0	2	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	14	
47	2	1	0	0	1	0	0	3	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	16	
48	2	0	1	0	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	2	1	1	0	1	1	0	1	23	
49	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	31	
50	2	1	0	1	2	3	0	1	0	0	1	1	1	1	0	2	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	24	
51	1	1	1	0	1	1	1	2	1	2	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	23	
52	1	1	1	1	1	0	0	2	1	2	1	0	0	1	1	1	1	1	1	2	2	1	0	0	1	1	1	0	25	

Resp.	No Item																												Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
53	2	1	1	1	1	1	0	2	2	1	1	2	1	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	31
54	2	1	1	0	0	2	1	3	1	1	1	1	1	0	0	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	30
55	2	1	1	1	0	1	1	3	1	2	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	30
56	2	1	1	0	0	0	0	2	1	1	1	2	1	1	0	0	1	0	1	2	1	2	0	1	1	0	0	0	22
57	1	1	1	0	0	0	0	2	0	1	1	1	0	1	0	2	1	1	0	1	1	1	1	2	1	0	0	1	21
58	2	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	2	2	0	1	1	1	1	1	22
59	2	0	0	0	1	0	0	2	1	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	2	1	1	1	1	1	0	0	1	18
60	2	2	1	1	0	0	1	2	2	1	1	1	0	1	1	2	0	0	2	2	2	2	2	1	1	1	2	0	33
61	1	2	1	1	0	0	1	3	1	2	0	1	2	0	1	1	0	0	0	1	0	2	1	0	0	0	0	1	22
62	1	0	1	1	0	0	0	2	1	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	17
63	2	1	1	0	0	0	3	2	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	2	1	1	1	0	0	1	1	22
64	1	0	1	0	0	0	0	2	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	12
65	2	1	2	1	1	1	0	2	1	1	1	0	2	0	1	1	1	0	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	28

Data Konformitas (X-1)

Resp.	No Item																				Skor Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	0	2	1	1	1	2	2	0	0	0	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	19
2	0	1	2	1	0	1	1	1	1	0	1	3	2	0	1	1	1	1	1	1	20
3	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	2	1	1	1	1	0	0	0	1	14
4	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	1	12
5	1	1	1	1	1	2	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	16
6	0	2	1	2	0	2	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	18
7	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	25
8	0	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	26
9	0	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	1	1	0	2	2	0	1	1	1	20
10	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	0	1	1	2	0	1	1	24
11	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	2	1	1	1	2	0	1	1	1	19
12	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	23
13	0	1	0	1	0	1	3	0	1	2	0	1	0	0	1	2	1	0	0	1	15
14	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	2	1	1	0	0	1	2	0	0	14
15	0	2	1	2	0	1	1	1	0	0	1	1	2	0	1	1	0	1	2	1	18
16	0	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	24
17	0	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	20
18	0	1	1	0	2	2	1	0	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	22
19	0	1	1	1	1	1	1	0	2	2	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	16
20	1	1	2	2	1	1	1	0	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	24
21	0	2	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
22	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	17
23	1	1	1	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	8
24	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	20
25	0	1	2	1	1	2	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	13
26	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	19
27	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
28	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	14
29	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
30	0	0	0	0	1	1	0	0	1	2	1	2	0	0	2	2	0	1	2	1	16
31	0	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	20
32	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	0	1	2	1	21
33	1	1	1	1	2	1	0	1	2	3	0	3	2	1	0	1	1	2	1	1	25
34	2	0	1	1	2	1	0	0	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	24
35	1	1	1	1	1	2	1	1	0	2	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	14
36	1	2	2	3	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	37
37	1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	2	0	1	0	0	0	1	0	10
38	2	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	2	1	0	2	1	1	1	1	1	16
39	0	3	2	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	17
40	0	2	1	2	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	0	1	1	1	2	21
41	1	1	1	2	2	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	22

Resp.	No Item																				Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	Total
42	0	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	0	0	2	1	0	0	2	1	22
43	0	1	0	1	2	1	0	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	0	1	19
44	1	1	2	2	1	1	1	0	2	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	26
45	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	17
46	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	0	2	0	0	1	1	1	1	0	0	11
47	0	1	1	2	1	1	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	2	15
48	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	1	1	1	19
49	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21
50	1	1	0	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	0	2	1	1	1	1	1	21
51	0	2	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	3	0	1	1	1	1	0	0	15
52	0	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	0	1	0	1	1	1	20
53	0	1	1	1	1	1	1	0	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19
54	1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	27
55	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	2	19
56	2	1	1	2	1	2	1	0	1	2	0	1	0	1	1	1	1	0	0	2	20
57	1	1	2	1	1	0	1	1	1	1	1	2	2	0	1	1	1	1	1	2	22
58	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	22
59	1	2	1	1	0	1	1	0	1	2	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	17
60	0	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	2	1	1	1	1	1	1	1	1	16
61	1	1	1	0	2	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	19
62	0	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	0	1	16
63	0	1	1	1	1	2	1	0	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	0	1	19
64	0	0	1	0	1	1	2	0	0	1	0	2	0	0	1	1	0	1	1	1	13
65	0	1	1	0	1	1	1	1	2	2	1	2	1	0	0	1	0	2	1	1	19

Data Harga Diri (X-2)

Resp	No Item																																						Skor		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	Total		
1	3	3	3	3	1	1	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	3	2	1	3	2	3	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	82	
2	2	2	0	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	1	2	1	0	2	1	2	2	1	3	2	2	1	1	2	2	63		
3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	85		
4	2	2	2	2	3	0	3	1	3	2	2	0	3	3	1	1	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	72		
5	3	3	3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	0	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	0	2	3	2	81	
6	2	3	3	1	2	1	3	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	3	1	1	1	2	2	71		
7	1	2	3	1	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	0	2	2	2	0	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	67	
8	2	2	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	2	2	1	0	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	60		
9	2	2	2	2	3	1	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	91		
10	2	2	1	1	1	0	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	3	3	1	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	65		
11	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	73		
12	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	74
13	0	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	0	2	1	2	1	2	0	2	2	2	2	1	1	2	52	
14	3	3	2	2	2	0	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	93	
15	1	2	3	2	2	1	3	2	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	2	0	1	2	2	3	1	1	1	3	3	1	1	2	2	2	1	2	3	1	68		
16	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	53	
17	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	3	1	72	
18	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	98		
19	2	2	2	2	3	2	3	2	2	0	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	0	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	74	
20	1	1	3	1	2	1	3	3	2	3	1	2	2	1	2	2	1	1	1	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	73	
21	3	2	2	2	3	1	3	2	2	2	1	2	2	2	0	1	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	83	
22	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	68		
23	3	2	3	2	3	1	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	3	1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	83	
24	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	73	
25	3	2	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	3	3	1	1	3	3	1	2	1	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	1	2	3	3	2	3	2	82		

Resp	No Item																																						Skor	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	Total	
26	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	80
27	3	2	3	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	89	
28	3	2	3	2	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	84	
29	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	62	
30	0	2	0	2	0	1	1	3	2	0	0	0	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	55	
31	1	2	2	1	3	1	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	1	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	76	
32	1	2	2	2	2	1	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	75	
33	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	1	3	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	82	
34	3	2	3	1	1	1	2	2	2	1	3	1	2	2	0	0	2	2	1	3	2	3	1	2	3	1	3	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	3	66	
35	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	67	
36	2	1	2	1	1	0	3	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	0	2	1	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	55		
37	1	1	3	1	3	2	3	3	1	2	2	3	2	1	2	3	2	2	1	3	1	3	1	3	3	3	3	2	1	3	2	2	2	3	3	3	3	85		
38	3	3	3	2	1	1	3	2	2	0	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	0	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	71	
39	3	3	2	2	3	0	2	2	3	2	2	0	3	2	0	1	2	2	2	3	2	2	2	1	1	3	1	2	3	0	2	2	2	0	1	1	2	3	69	
40	3	3	3	2	2	0	3	3	2	1	2	2	3	3	0	1	2	2	2	3	2	1	0	2	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	75	
41	2	1	3	1	3	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	73	
42	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	0	1	3	2	1	3	1	3	3	1	2	2	2	2	1	1	1	3	3	71	
43	2	2	3	1	1	1	3	1	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	1	3	3	2	2	1	1	3	1	1	1	3	3	67	
44	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	1	1	2	2	1	0	2	2	2	2	2	2	1	1	3	1	3	1	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	71	
45	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	68	
46	3	2	3	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	3	3	1	3	2	2	1	1	1	2	2	2	3	2	2	76	
47	2	3	3	2	3	1	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	88	
48	1	1	2	1	2	1	3	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	3	2	73		
49	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	61		
50	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	0	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	59	
51	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	3	3	2	3	2	1	2	1	1	3	2	2	1	2	3	66	
52	2	3	3	2	2	0	3	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	3	1	2	0	2	2	3	1	1	1	2	2	67	

Resp.	No Item																																						Skor	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	Total	
53	2	2	3	2	1	1	3	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	67
54	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	75
55	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	77
56	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	0	1	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	3	75
57	2	2	3	2	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	79
58	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	3	3	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	72	
59	1	1	3	1	1	0	3	2	2	3	1	1	2	2	1	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	3	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	3	66	
60	3	2	2	1	1	1	3	3	3	2	1	1	3	2	1	1	1	2	1	2	0	0	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	65	
61	2	1	3	1	2	1	3	2	1	3	1	2	2	1	1	1	1	1	0	3	2	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	68	
62	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	72	
63	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	0	1	1	2	1	1	1	2	1	1	0	2	3	49	
64	2	2	3	2	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	2	3	2	2	2	3	2	83	
65	3	3	0	2	1	1	1	1	2	0	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	0	48

LAMPIRAN F

ANALISIS DATA PENELITIAN

A. Uji Asumsi Klasik

- 1. Uji Normalitas**
- 2. Uji Asumsi Linieritas**
- 3. Uji Multikolinieritas**

6. Uji Autokorelasi

7. Uji Heteroskedastisitas

B. Uji Hipotesis

C. Hasil Analisis Deskriptif

D. Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif

A. HASIL UJI ASUMSI

1. Hasil uji normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		konsumtif	konformitas	hargadiri
N		65	65	65
Normal Parameters ^a	Mean	27.0615	19.0154	72.0462
	Std. Deviation	6.70559	4.59787	1.04095E 1
Most Extreme Differences	Absolute	.106	.114	.081
	Positive	.082	.092	.081
	Negative	-.106	-.114	-.081
Kolmogorov-Smirnov Z		.856	.919	.650
Asymp. Sig. (2-tailed)		.457	.366	.791

a. Test distribution is Normal.

2. Hasil uji linieritas

a. Uji Linieritas antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA

Perilaku Konsumtif

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups (Combined)	921.701	19	48.511	1.315	.222
Linear Term	301.691	1	301.691	8.176	.006
Weighted Deviation	620.010	18	34.445	.933	.546
Within Groups	1660.545	45	36.901		
Total	2582.246	64			

b. Uji Linieritas antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif

ANOVA

Perilaku Konsumtif

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups (Combined)	1322.113	33	40.064	.986	.518
Linear	152.483	1	152.483	3.751	.062
Weighted Term Deviation	1169.630	32	36.551	.899	.617
Within Groups	1260.133	31	40.649		
Total	2582.246	64			

3. Hasil uji multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	23.147	7.146		3.239	.002		
Konformitas	.408	.171	.296	2.394	.020	.911	1.098
Harga Diri	-.094	.075	-.155	-1.253	.215	.911	1.098

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

4. Hasil uji autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.372 ^a	.139	.111	5.98950	2.136

a. Predictors: (Constant), hargadiri, konformitas

b. Dependent Variable: konsumtif

5. Hasil uji heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.948	3.474		.849	.399
Konformitas	.040	.083	.064	.480	.633
Harga Diri	.019	.037	.070	.531	.597

Dependent var: ABSUT

B. UJI HIPOTESIS

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Perilaku Konsumtif	24.11	6.352	65
Konformitas	19.02	4.598	65
Harga Diri	72.05	10.409	65

Correlations

		Perilaku Konsumtif	Konformitas	Harga Diri
Pearson Correlation	Perilaku Konsumtif	1.000	.342	-.243
	Konformitas	.342	1.000	-.298
	Harga Diri	-.243	-.298	1.000
Sig. (1-tailed)	Perilaku Konsumtif	.	.003	.026
	Konformitas	.003	.	.008
	Harga Diri	.026	.008	.
N	Perilaku Konsumtif	65	65	65
	Konformitas	65	65	65
	Harga Diri	65	65	65

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga diri, Konformitas ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: konsumtif

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.372 ^a	.139	.111	5.989	2.136

a. Predictors: (Constant), Harga Diri, Konformitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	23.147	7.146		3.239	.002		
	Konformitas	.408	.171	.296	2.394	.020	.911	1.098
	Harga Diri	-.094	.075	-.155	-1.253	.215	.911	1.098

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	358.052	2	179.026	4.990	.010 ^a
	Residual	2224.194	62	35.874		
	Total	2582.246	64			

a. Predictors: (Constant), Harga Diri, Konformitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

C. Hasil analisis deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Perilaku Konsumtif	65	12.00	35.00	24.1077	6.35198	40.348
Konformitas	65	8.00	37.00	19.0154	4.59787	21.140
Harga Diri	65	48.00	98.00	72.0462	10.40948	108.357
Valid N (listwise)	65					

A decorative scroll graphic with a black outline and grey shading on the rolled-up ends. The text is centered within the scroll.

LAMPIRAN G

**SURAT IJIN PENELITIAN
DAN
SURAT TANDA BUKTI PENELITIAN**