

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA *ONLINE*
SHOP DI UIN AR-RANIRY**

SKRIPSI

Diajukan Oleh:

ROZA ULFA
NIM. 170901117



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
2021**

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PENGGUNA *ONLINE SHOP* DI UIN AR-RANIRY**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi
UIN Ar-Raniry Banda Aceh
Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)**

Oleh :

**Roza Ulfa
NIM. 170901117**

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,


**Julianto, S.Ag., M.Si
NIP. 19720902 199703 1 00**


**Vera Nova, S.Psi.,M.Psi. Psikolog
NIDN. 2009028201**

**HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA MAHASISWA PENGGUNA *ONLINE SHOP* DI UIN AR-RANIRY**

SKRIPSI

Telah Dinilai Oleh Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh
dan Dinyatakan Lulus serta Disahkan sebagai
Tugas Akhir untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)

Diajukan Oleh :

Roza Ulfa
NIM. 170901117

Pada Hari/Tanggal:
Rabu, 28 Juli 2021 M
18 Dzulhijjah 1442 H

Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi

Ketua,


Julianto, S.Ag., M.Si
NIP. 19720902 199703 1 001

Sekretaris,


Vera Nova, S.Psi., M.Psi. Psikolog
NIDN. 2009028201

Penguji I,


Barmawi, S.Ag., M.Si
NIP. 197001032014111002

Penguji II,


Fajran Zein, M.A
NIDN. 2003127303

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry




Dr. Salami, MA
NIP. 196512051992032003

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya :

Nama : Roza Ulfa

NIM : 170901117

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Prodi : Psikologi UIN Ar-Raniry

Menyatakan bahwa dalam Skripsi ini terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak pernah terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dirujuk dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap menerima sanksi berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Banda Aceh, 18 Juni 2021
Yang Menyatakan,




Roza Ulfa
NIM. 170901117

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji beserta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya setiap saat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Pengguna *Online Shop* di UIN Ar-Raniry”. Shalawat beserta salam tak lupa pula kita sanjung sajikan kepada junjungan alam yaitu baginda Nabi Muhammad SAW. Penulis menyadari bahwa terselesainkannya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan moral dan moril dari berbagai pihak, keluarga dan teman-teman terdekat.

Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dr. Salami MA sebagai Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada semua mahasiswa Psikologi.
2. Bapak Jasmadi, S.Psi., MA., Psikolog sebagai Wakil Dekan I bidang Akademik dan Kelembagaan yang telah memberi dukungan dan motivasi kepada mahasiswa.
3. Bapak Muhibuddin, S.Ag., M.Ag., sebagai Wakil Dekan II bidang Administrasi dan Keuangan, yang telah membantu dalam administrasi mahasiswa.

4. Bapak Dr. Fuad, S.Ag., M.Hum sebagai Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama, yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada mahasiswa.
5. Bapak Dr. Safrilsyah, M.Si selaku Ketua Prodi Program Studi Psikologi UIN Ar-Raniry, yang juga merupakan penasehat akademik peneliti yang telah membantu dalam proses penerimaan judul.
6. Bapak Julianto, S.Ag., M.Si selaku pembimbing I dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang telah memberikan motivasi dan meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada penulis.
7. Ibu Vera Nova, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku pembimbing II dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang telah memberikan motivasi dan meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada penulis.
8. Bapak Barmawi, S.Ag., M.Si selaku Sekretaris Prodi Program Studi Psikologi UIN Ar-Raniry dan sebagai penguji I peneliti dalam sidang munaqasyah skripsi yang telah memberikan banyak masukan dalam skripsi ini.
9. Bapak Fajran Zein, M.Si selaku penguji II peneliti yang telah memberi banyak masukan dan saran dalam skripsi ini.
10. Ibu Iyulen Pebry Zuanny., S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku penguji II pengganti dalam sidang munaqasyah skripsi yang juga telah memberi banyak masukan dalam skripsi ini.

11. Seluruh dosen beserta staf Program Studi Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah membantu, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat dengan ikhlas dan tulus.
12. Terimakasih kepada mamak tersayang Buk Cut Ema Sufriani, ayah tersayang Bapak Azhar beserta adik Rahmat dan adik Raiyan tercinta, yang telah memberikan dukungan moral dan moril serta doa yang tiada henti sehingga penulis sampai ke tahap akhir penyelesaian program S-1 ini.
13. Terimakasih kepada M. Fadzil Aldifari yang telah banyak membantu dan memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Terimakasih kepada sahabat perjuangan tercinta yaitu Icut, Rena, Lana, Uteh, Raja dan Syauqi yang telah memberikan dukungan dan melewati masa sulit dan senang bersama.
15. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan bimbingan skripsi dari pagi sampai sore, beserta teman-teman anggota grup Mmm Community yang telah memberikan semangat kepada penulis.
16. Terima kasih kepada responden yang telah membantu mengisi kuesioner penelitian ini.

Banda Aceh, 18 Juni 2021
Peneliti,

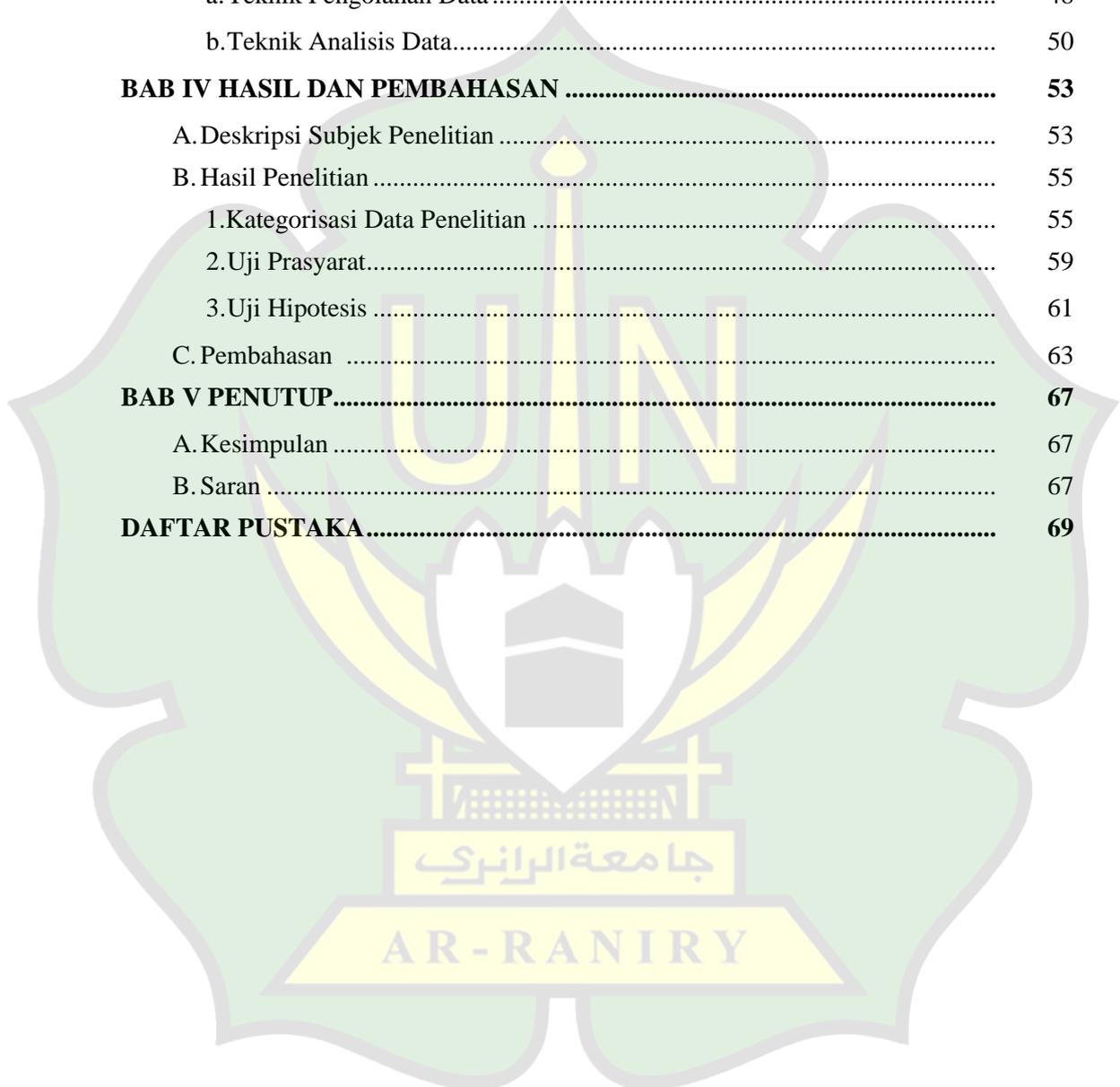


Roza Ulfa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBARAN PERSETUJUAN	i
LEMBARAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Keaslian Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	14
A. Perilaku Konsumtif	14
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	14
2. Indikator Perilaku Konsumtif	15
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	18
B. Kontrol Diri	21
1. Pengertian Kontrol Diri.....	21
2. Aspek-aspek Kontrol Diri	23
3. Faktor-faktor Kontrol Diri.....	25
C. Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif	26
D. Hipotesis	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
A. Pendekatan dan Metode Penelitian	29
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	29

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	30
D. Subjek Penelitian	31
E. Teknik Pengumpul Data.....	33
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	48
a. Teknik Pengolahan Data	48
b. Teknik Analisis Data.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	53
A. Deskripsi Subjek Penelitian	53
B. Hasil Penelitian	55
1. Kategorisasi Data Penelitian	55
2. Uji Prasyarat.....	59
3. Uji Hipotesis	61
C. Pembahasan	63
BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan	67
B. Saran	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh.....	31
Tabel 3.2	Jumlah Sampel Mahasiswa Pengguna Online ShopUIN.....	33
Tabel 3.3	Skor Aitem Skala Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif	34
Tabel 3.4	Blue Print Skala Kontrol Diri	35
Tabel 3.5	Blue Print Skala Perilaku Konsumtif	38
Tabel 3.6	Koefisien CVR Skala Kontrol Diri	42
Tabel 3.7	Koefisien Skala Perilaku Konsumtif.....	42
Tabel 3.8	Koefisien Daya Beda Aitem Skala Kontrol Diri.....	44
Tabel 3.9	Blue Print Akhir Skala Kontrol Diri	44
Tabel 3.10	Koefisien Daya Beda Aitem Skala Perilaku Konsumtif	45
Tabel 3.11	Blue Print Akhir Skala Perilaku Konsumtif.....	46
Tabel 4.1	Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2	Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Usia	52
Tabel 4.3	Data Subjek Penelitian Kategori Fakultas	53
Tabel 4.4	Deskripsi Data Penelitian Skala Kontrol Diri.....	55
Tabel 4.5	Kategorisasi Kontrol Diri.....	56
Tabel 4.6	Deskripsi Data Penelitian Skala Perilaku Konsumtif	57
Tabel 4.7	Kategorisasi Perilaku Konsumtif	58
Tabel 4.8	Hasil Uji Normalitas Sebaran.....	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Linearitas Hubungan	59
Tabel 4.10	Uji Hipotesis Data Penelitian.....	60
Tabel 4.11	Analisis Measure of Association.....	61



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
--------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry tentang Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2 Skala Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif
- Lampiran 3 Tabulasi Penelitian Kontrol Diri
- Lampiran 4 Tabulasi Penelitian Perilaku Konsumtif
- Lampiran 5 Hasil Penelitian



HUBUNGAN KONTROL DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA PENGGUNA *ONLINE SHOP* DI UIN AR-RANIRY

ABSTRAK

Kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan. Kontrol diri berfungsi sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis dan perilaku pada diri seseorang. Kemampuan mengontrol diri sangat dibutuhkan oleh mahasiswa agar dapat mengatur perilaku dalam kehidupan sehari-hari termasuk perilaku dalam berbelanja *online shop*, hal ini diperlukan agar dapat menghindari munculnya pola perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan membeli karena adanya hadiah yang ditawarkan serta membeli karena banyak orang memakainya. Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, jumlah populasi pada penelitian ini sebanyak 23.930 mahasiswa diperoleh sebanyak 342 orang sampel dengan menggunakan tabel Isaac dan Michael. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *kouta sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai koefisien korelasi $r = -0,660$ dengan signifikansi 0,000 hal tersebut menandakan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, artinya jika kontrol diri tinggi, perilaku konsumtif yang muncul rendah, dan sebaliknya jika kontrol diri rendah maka perilaku konsumtif yang muncul tinggi.

Kata Kunci: *Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa Pengguna Online Shop*

THE RELATION BETWEEN SELF-CONTROL WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR TO ONLINE SHOP USER COLLEGE STUDENT AT UIN AR-RANIRY

ABSTRACT

Self-control is an individual ability to modify behavior to manage the unneeded information. Self-control is functioned as physical process management, psychology and behavior in someone. The ability to control someone is very much needed by college students to regulate behavior in daily life, including shopping behavior in online shops, this is very necessary to avoid the emergence of patterns of consumptive behavior. Consumptive behaviour can be interpreted as an act of buying because of the gifts offered and buying because many people use it. This study aims to see the relationship between self-control with consumptive behavior in online shop users at UIN Ar Raniry. This study uses quantitative methods, the population in this study is 23,930 students, obtained as many as 342 samples using the table of Isaac and Michael. This research uses non-probability sampling method with quota sampling technique. The result of this study indicated the value of the correlation coefficient $r = -0.660$ with a significance of 0,000. It indicates that there is a very significant negative relation between self-control and consumptive behavior, this means that the higher self control, the lower consumptive behavior appears, and vice versa if the self control lower, the consumptive behavior appears will be higher.

Key word; *Self-control, Consumptive Behavior, Online Shop User College Student*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia memiliki banyak kebutuhan untuk melangsungkan hidupnya, kebutuhan yang harus dipenuhi ini terdiri dari kebutuhan primer, sekunder dan tersier. Kebutuhan primer merupakan kebutuhan utama atau kebutuhan yang paling penting untuk di penuhi guna melangsungkan hidup. Kebutuhan ini meliputi makanan, minuman, pakaian, tempat tinggal (perumahan), teknologi, pendidikan, dan kesehatan. Sedangkan kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan kedua sebagai pelengkap (tambahan) yang dipenuhi setelah kebutuhan primer dipenuhi, meliputi kebutuhan akan perabot rumah tangga, radio, arloji, televisi, dan seragam. Kemudian kebutuhan terakhir yaitu tersier merupakan kebutuhan ketiga sebagai pelengkap kehidupan manusia yang pemenuhannya dapat di hindarkan. Kebutuhan tersier bersifat prestise, artinya orang yang dapat memenuhi kebutuhan ini akan terangkat derajat atau martabatnya, contoh kebutuhan akan lemari es, peralatan musik, komputer, sepeda motor, dan mobil mewah (Arfida, 2003).

Dalam memenuhi kebutuhan ini ada banyak cara yang bisa dilakukan, mulai dari membeli secara langsung maupun secara tidak langsung (*online*). Pembelian secara langsung bisa dilakukan dengan cara membeli barang dan jasa melalui mini market, indomaret, alfamart, pasar tradisional maupun lainnya. Pembelian ini juga dapat dilakukan secara tidak langsung (*online*) melalui, *gofood*, *instagram*, *shopee*, *lazada*, *tokopedia*, *bukalapak* dan sebagainya. Kemudahan dalam melakukan pembelian ini mendorong

munculnya produk-produk teknologi dengan berbagai manfaat yang dapat memudahkan dan dapat memuaskan kesenangan konsumen dalam berbelanja (Lina & Rosyid, 1997).

Dewasa ini proses pembelian kebutuhan lebih banyak dilakukan melalui media *online* karena berkembangnya kemajuan teknologi di bidang komunikasi dan informasi yang mendorong pengembangan dan penggunaan metode belanja baru yang menyebabkan pertumbuhan belanja *online* semakin meningkat pesat sehingga dapat mempermudah pembeli dalam membeli barang atau jasa tanpa harus pergi ke toko, Sharma dan Sheth 2004 (dalam Bigne, Ruiz, & Sanz, 2005).

Kemudahan dalam berbelanja *online* tentu bukan hanya memberikan dampak positif bagi manusia akan tetapi juga memiliki dampak negatif yang timbulkan. Seringkali kemudahan dalam berbelanja *online* ini disalahgunakan oleh sebagian orang, dimana pada sebagian orang berbelanja bukan untuk memenuhi kebutuhan hidup lagi akan tetapi membeli karena ingin terlihat kekinian dan mengikuti *trend fashion*, ingin mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar, bahkan pada beberapa lainnya cenderung menuju ke arah kehidupan mewah dan berlebihan yang pada ujung-ujungnya menimbulkan pola hidup konsumtif (Sembiring dalam Fitriyani, Widodo & Fauziah, 2013). Gejala perilaku tersebut mengindikasikan adanya kecenderungan perilaku konsumtif yang muncul pada diri seseorang. Sebutan konsumtif biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan,

tetapi sudah pada tarat keinginan yang berlebihan atau sudah tidak rasional lagi (Lubis dalam Sumartono, 2002).

Seiring dengan hasil riset yang dilakukan oleh Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri (BPKDN) tahun 2018, menunjukkan bahwa pelaku belanja *online* didominasi oleh generasi Y yang lahir pada tahun(1981-1994) sebanyak 50%, selanjutnya disusul oleh kelompok umur lainnya yaitu generasi Z yang lahir pada tahun (1995-2010) yang didalamnya termasuk mahasiswa sebanyak 31%, kemudian generasi X (1965-1980) sebanyak 16%, dan selebihnya merupakan generasi *baby boomers* (di atas 45 tahun) sebanyak 2% (Kemendagri, 2018). Dari data tersebut terlihat bahwasannya pelaku belanja *online* memang didominasi oleh generasi Y yang rata-rata usianya sekitar 27- 40 tahun, karena memang generasi tersebut sudah memiliki kebutuhan yang banyak dan umumnya usia tersebut sudah berada pada usia kerja dan memiliki penghasilan sendiri. Kemudian disusul oleh generasi Z yang rata-rata usia sekitar 11-26 tahun, yang merupakan golongan remaja awal sampai remaja akhir termasuk didalamnya adalah mahasiswa, yang menempati urutan kedua sebagai pelaku belanja *online* terbanyak. Hal ini dikarenakan mahasiswa memiliki kebutuhan yang banyak baik itu kebutuhan untuk kuliah, kebutuhan sehari-hari maupun kebutuhan lainnya. Oleh sebab itu perilaku konsumtif sering muncul pada mahasiswa dikarenakan mahasiswa merupakan salah satu golongan yang potensial dalam masyarakat yang tidak lepas dari pengaruh konsumtifisme, sehingga tidaklah aneh jika mahasiswa

menjadi sasaran berbagai produk barang maupun jasa (Jatman dalam Sumartono, 2002).

Fenomena yang terjadi akhir-akhir ini bahwa mahasiswa sangat mudah dipengaruhi dengan iklan yang ditayangkan di instagram melalui *endorsement* dari kalangan *selebgram*, tawaran diskon, serta *free* ongkos kirim. Hal ini sesuai dengan hasil observasi lapangan yang dilakukan oleh peneliti di lingkungan kosan tempat tinggal peneliti, dimana kebanyakan mahasiswa menghabiskan uang untuk membeli barang-barang secara berlebihan untuk mengikuti *trend fashion* kekinian sehingga uang tersebut bukan lagi digunakan untuk kebutuhan yang utama seperti untuk makan, membeli keperluan kuliah namun digunakan untuk berbelanja barang yang cenderung tidak diperlukan di toko *online*. Selain itu sebagian dari golongan mahasiswa ini banyak terpengaruh oleh teman sekamar kos untuk ikut-ikutan membeli barang diluar dari kebutuhan yang harus dipenuhi sehingga cenderung boros dalam menggunakan uangnya (Sari dalam Anggreini & Mariyanti, 2014).

Seiring dengan fenomena belanja *online* ini, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa subjek yang merupakan mahasiswa di UIN Ar-raniry yang dilakukan pada tanggal 6 Desember 2020, diketahui bahwa ada beberapa mahasiswa yang mengaku sulit dalam mengontrol dirinya untuk menahan dalam berbelanja.

Kutipan wawancara personal AR :

“Biasanya kalo liat iklan di instagram trus ada barang bagus kaya baju gitu, tu langsung stalk akun olshopnya trus biasanya kalo bagus tu langsung beli. Iya sih susah kali kontrol apalagi kalo baju dipromosiin sama selebgram terkenal, tu emang langsung beli gataulah kenapa aku

suka kali belanja. Abistu kalo ada barang preloved tu punya selebgram padahal barang bekas tapi mau aku beli harganya murah dan masih bagus.”

Kutipan wawancara personal DN :

“Aku paling gabisa tahan tu kalo liat iklan shopee haul (racun shopee), harganya murah murah kali gila barangnya bagus tu langsung ku buka shopee ku cari habis itu kupesan terus, kalo gada uang bias pake shopee pay, sisitem ngutang gitu. Apalgi kalo lagi promo kaya baru baru ni ada 11.11 tu aku baru aja beli tas 3 karna murah kali ,biasanya ga segitu harganya, trus aku tergoda juga sama jelbab,biasanya harganya ga segitu harganya,trus kalo liat di olshope instagaram ,makanya aku beli terus banyak.misalnya 50 ribu bias dapat 3 jilbab.”

Kutipan wawancara personal SA :

“Biasanya kalo aku suka belanja online tu di shopee, biasanya tu kalo kawan ajakin, bilang murah ni bajunya, murah ni tasnya bagus ni , tu aku langsung juga tu tergoda trus beli. Trus kalo lagi ada event shopee, kaya 12.12 baru-baru ni aku kadang-kadang gabisa ku kontrol diri aku, karna murah-murah, kan lumayan biar ikut fashion terbaru, biar kekinian bajunya. Terus biasanya aku sampe lupa tu udah banyak kali masukin ke keranjang, hehehe,ntah apa-apa kubeli, sampai barang gapenting kubeli juga, kaus kaki,gelang kaki,antinglah, karena harganya sampe 3 ribu terus modelnya juga kekinian,gimana coba ga tergoda.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan tiga orang mahasiswa UIN Ar-raniry, terlihat bahwasannya mahasiswa AR sulit dalam mengontrol diri untuk berbelanja, sedangkan pada mahasiswa DN cenderung tidak bisa menahan diri dari pengaruh iklan *shopee*, dan pada mahasiswa SA cenderung mudah tergoda serta sulit mengontrol dirinya untuk tidak berbelanja *online*. Mereka cenderung mudah terpengaruh dengan iklan, diskon, harga barang yang murah, serta berbagai keuntungan dan kelebihan yang ditawarkan oleh *online-online shop* baik itu di instagram, *shopee* maupun pada aplikasi *online shop* lainnya. Keinginan untuk membeli barang muncul tanpa memiliki tujuan dan manfaat yang jelas untuk membeli barang tersebut, bahkan seringkali mahasiswa

membeli barang karna ajakan atau pengaruh dari teman. Pada beberapa mahasiswa mempresentasikan diri melalui penampilan mereka, sehingga seringkali mereka sulit dalam mengontrol diri untuk tidak terpengaruh dengan iklan *trend fashion* yang ditampilkan pada media *online* (Chita, David & Pali 2015).

Pola perilaku yang ditimbulkan dari kebiasaan yang dilakukan oleh mahasiswa ini tentu memberikan dampak yang buruk, mahasiswa tidak lagi menggunakan uang bulanan untuk memenuhi kebutuhan yang utama akan tetapi malah digunakan untuk membeli baju, tas, sepatu dan barang-barang lainnya secara berlebihan untuk mengikuti perkembangan *trend fashion* yang pada ujungnya hanya untuk keinginan memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Selain itu uang bulanan yang seharusnya cukup untuk keperluan uang kuliah malah habis dipertengahan bulan, yang pada akhirnya membuat mahasiswa sering berhutang kepada teman bahkan berbohong kepada orang tua agar mendapatkan uang tambahan (Anggreini & Mariyanti, 2014).

Munculnya konsumtifisme berawal dari dorongan akan keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata, kebanyakan dari mahasiswa sulit untuk mengontrol dan menahan godaan atau pengaruh baik itu dari iklan, tawaran harga, diskon maupun ajakan teman. Dalam hal ini mereka membeli dikarenakan sulit mengontrol keinginan, baik itu untuk eksis mengikuti *trend fashion*, ajakan teman untuk berbelanja, pengaruh diskon, harga murah, racun *shopee*, *event shopee* yang menawarkan penurunan harga barang serta tawaran-

tawaran lainnya yang pada ujungnya hanya untuk kesenangan semata (Grinder, 1978).

Mahasiswa membutuhkan kemampuan mengontrol diri untuk membeli barang dan jasa dalam berbelanja *online*. Hal ini diperlukan sebagai cara mahasiswa untuk mengatasi perilaku yang dimiliki termasuk mengontrol perilaku dalam berbelanja serta keinginan untuk eksis mengikuti *trend fashion* yang ujung-ujungnya dapat mengarah pada perilaku konsumtif. Mahasiswa yang mampu mengontrol diri baik itu dalam hal berbelanja *online*, cenderung dapat mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya termasuk dorongan dalam berbelanja *online*. Begitu juga sebaliknya mahasiswa yang cenderung sulit mengontrol diri dapat dengan mudah terpengaruh terhadap iklan, tawaran harga yang murah, diskon, serta berbagai macam tawaran lainnya yang di tawarkan oleh *online-online shop*, baik itu di instagram, *shopee*, tokopedia, lazada dan lain-lainnya (Hurlock dalam Anggreini & Mariyanti 2014).

Kontrol diri berfungsi sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis dan perilaku pada diri seseorang, dengan kata lain serangkaian proses yang membentuk dirinya sendiri. Kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti yang diinginkan termasuk dalam menentukan keputusan dan keinginan untuk berbelanja *online*. Mahasiswa harus mampu menentukan dan mengontrol sikap dalam berbelanja, mereka harus mampu menggunakan uang bulanan

dengan sebaik-baiknya. Mahasiswa juga harus mampu mempertimbangkan dan membatasi diri dalam hal berbelanja *online* agar tidak digunakan secara berlebihan dan dapat berujung pada perilaku konsumtif (Calhoun & Acocella dalam Ghufron & Risnawita, 2012).

Oleh karena itu untuk mencegah munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa dalam berbelanja *online*, mahasiswa harus mampu mengontrol diri agar tidak mudah terbawa hasrat kesenangan semata-mata. Pada usia mahasiswa ini seharusnya perkembangan *self control* sudah berkembang. Hal ini dikarenakan pendapat yang dikemukakan oleh William (dalam Yusuf, 2008) bahwa mahasiswa termasuk dalam bagian remaja akhir memiliki tugas perkembangan yaitu memperkuat *self control* (kemampuan mengendalikan diri) atas dasar skala nilai, prinsip-prinsip atau falsafah hidup.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna *Online Shop* di UIN Ar-Raniry”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kontrol diri pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry.
2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry.

3. Apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, yang menjadi tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry
2. Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry.
3. Serta melihat ada tidaknya hubungan antar kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah dan mengembangkan pengetahuan dalam bidang psikologi pada umumnya, khususnya psikologi industri dan organisasi, terutama dalam bidang kajian kontrol diri dan perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

- 1) Mengetahui gambaran kajian psikologi industri dan organisasi terutama dalam bidang kajian perilaku konsumtif atau perilaku konsumtif sebagai referensi dan acuan bagi peneliti selanjutnya.
- 2) Memberikan informasi lebih lanjut mengenai penelitian tentang kontrol diri dan perilaku konsumtif, serta dapat memberikan

informasi pertimbangan dan pembelajaran dalam mengambil keputusan dalam melakukan perbelanjaan.

E. Keaslian Penelitian

Keaslian penelitian ini di dasari pada hasil beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan karakteristik yang *relative* sama dalam hal tema, kajian, meskipun berbeda dalam kriteria subjek, jumlah, posisi, variable penelitian, dan metode analisis yang digunakan. Sejauh yang peneliti temukan, penelitian tentang variable kontrol diri dengan perilaku konsumtif sudah pernah dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Anggreini dan Mariyanti (2014) dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul”. Subjek dalam penelitian ini dengan total populasi 1801 mahasiswi yang kemudian diperoleh jumlah sampel sebanyak 101 mahasiswi. Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Esa Unggul. Adapun metode analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional untuk melihat hubungan antara dua variable tersebut. Perbedaanya dengan penelitian ini terletak pada lokasi penelitian yaitu di UIN Ar-Raniry dan subjek yang diambil merupakan mahasiswa UIN Ar-Raniry.

Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Fitriyani, dkk (2013) dengan judul “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang”. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswi dengan karakteristik subjek yang tinggal di kos, berusia 18-21 tahun dan tinggal di perumahan Genuk Indah Semarang. Pengambilan sampel dalam

penelitian ini menggunakan metode *Purposive Proportional Random Sampling*. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah pada variable X yaitu konformitas, selain itu dari segi pemilihan subjek, subjek yang digunakan dalam penelitian ini merupakan mahasiswi serta lokasi yang di ambil dalam penelitian berada di Genuk Indah Semarang.

Adapun penelitian lain yang ditulis oleh Chita, dkk (2015) dengan judul “Hubungan Antara *Self-Control* Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011”. Penelitian ini menggunakan metode analitik dengan pendekatan *cross sectional*, penelitian dilaksanakan di Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Manado pada bulan Oktober sampai Desember 2014. Populasi penelitian ini ialah seluruh mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi sejumlah 309 orang. Besar sampel ditentukan dengan rumus Slovin dan diperoleh 174 sampel. Terdapat perbedaan pada segi lokasi pemilihan subjek, dimana pada penelitian ini subjek yang dipilih merupakan mahasiswa Fakultas Kedokteran sedangkan yang diteliti oleh peneliti merupakan mahasiswa UIN Ar-Raniry.

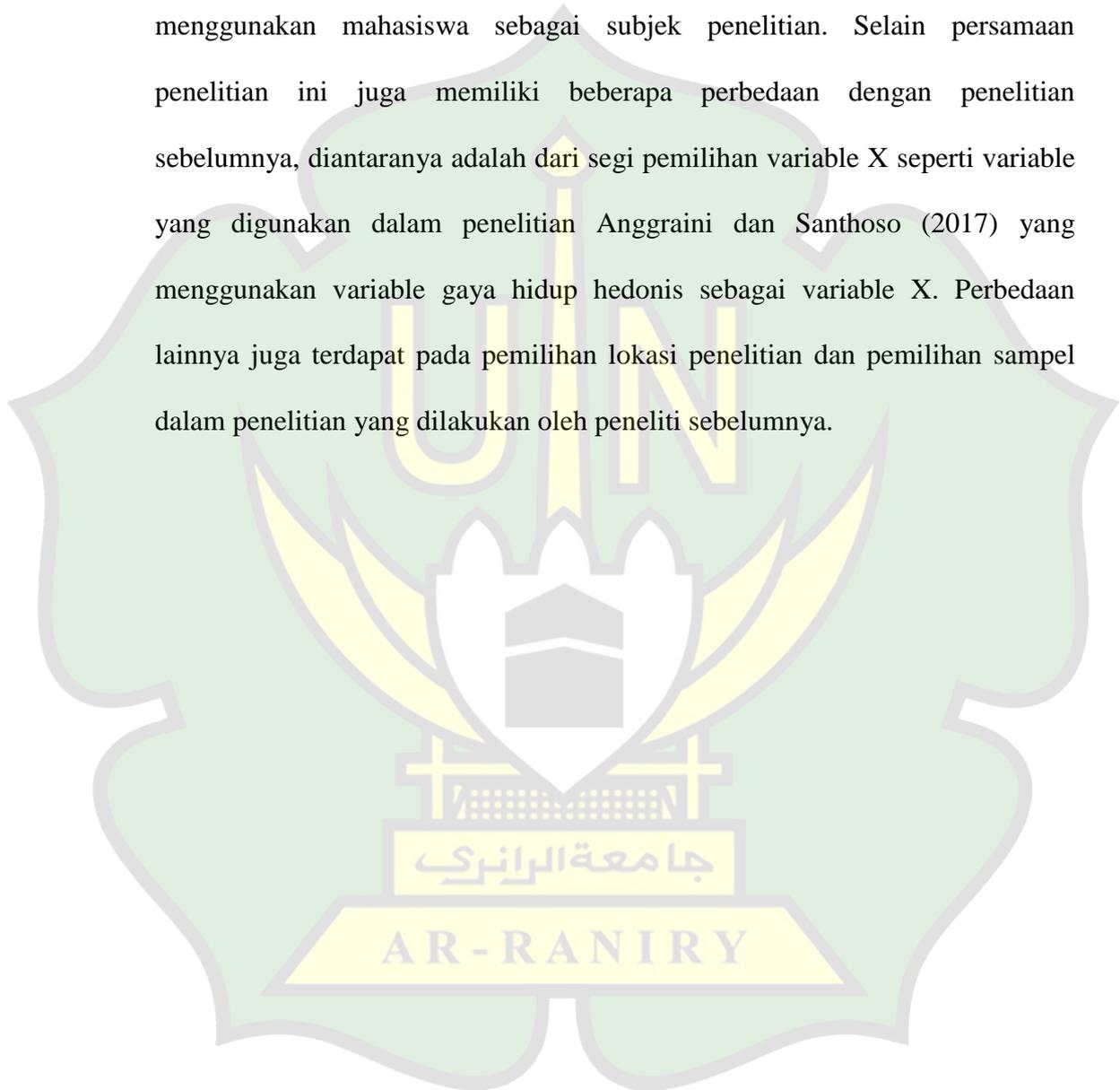
Sejalan dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Anggraini dan Santhoso (2017) dengan judul “Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja”. Subjek dalam penelitian ini merupakan 141 mahasiswa yang berusia 18-21. Penelitian ini menggunakan analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*. Perbedaannya dengan penelitian ini adalah pada variable X yaitu gaya hidup hedonis, selain

itu pemilihan subjek dalam penelitian ini juga merupakan mahasiswa, namun memiliki kriteria dengan usia 18-21 tahun.

Penelitian serupa lainnya dilakukan oleh Tripambudi dan Indrawati (2018) dengan judul “Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro”. Populasi penelitian ini merupakan mahasiswa jurusan teknik industri Universitas Diponegoro, mahasiswa aktif angkatan 2014, 2015, 2016, berjenis kelamin laki-laki dan perempuan, mahasiswa jurusan teknik industri berusia berkisar 18-21 tahun. Sampel penelitian ini berjumlah 207 orang, lokasi penelitian ini bertempat di universitas Diponegoro. Perbedaannya terletak pada hal yang ingin diteliti yaitu pembelian gadget pada mahasiswa di fakultas teknik industri Universitas Diponegoro. Pemilihan subjek pada penelitian ini sama-sama memilih mahasiswa sebagai subjek penelitian, namun pada penelitian ini lebih berfokus pada mahasiswa pada satu fakultas saja yaitu pada fakultas teknik industri. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh peneliti subjeknya tidak hanya berfokus pada satu fakultas saja namun secara keseluruhan mahasiswa di UIN Ar-Raniry.

Penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dan perbedaan dengan beberapa penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan karakteristik yang *relative* sama. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Anggreini dan Mariyanti (2014) dalam penelitian ini variable yang digunakan sama-sama menggunakan variable perilaku konsumtif, begitu juga dengan beberapa penelitian lainnya yang sama-sama menggunakan

variable perilaku konsumtif dan variable kontrol diri. Pada penelitian yang dilakukan oleh Tripambudi dan Indrawati (2018) memiliki kesamaan dalam pemilihan subjek penelitian, dimana dalam penelitian ini sama-sama menggunakan mahasiswa sebagai subjek penelitian. Selain persamaan penelitian ini juga memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya, diantaranya adalah dari segi pemilihan variable X seperti variable yang digunakan dalam penelitian Anggraini dan Santhoso (2017) yang menggunakan variable gaya hidup hedonis sebagai variable X. Perbedaan lainnya juga terdapat pada pemilihan lokasi penelitian dan pemilihan sampel dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti sebelumnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk yang sama jenisnya dari merek lain, atau dapat disebutkan membeli suatu produk karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Marliani (2015) perilaku konsumtif merupakan perilaku boros dalam mengonsumsi barang atau jasa secara berlebihan, mendahulukan keinginan daripada kebutuhan, serta keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Dahlan (dalam Sumartono, 2002) merupakan perilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal dan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Anggasari (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Berdasarkan teori dari beberapa defenisi tersebut maka defenisi pengertian perilaku konsumtif yang digunakan pada penelitian ini merupakan defenisi yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas, artinya belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk yang sama jenisnya dari merek lain, atau dapat disebutkan membeli suatu produk karena adanya hadiah yang ditawarkan dan banyak orang memakai barang tersebut. Peneliti memilih teori perilaku konsumtif dari Sumartono (2002) karna defenisi tersebut sesuai dengan fenomena dan konteks penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta defenisi tersebut lebih komprehensif untuk digunakan dalam penelitian ini.

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) terdapat delapan indikator perilaku konsumtif yaitu:

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Individu membeli suatu produk maupun jasa karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

b. Membeli produk karena kemasannya menarik

Individu sangat mudah terbuju dan terpengaruh untuk membeli suatu produk yang dibungkus dengan kemas yang menarik

sehingga pembeli tertarik untuk membeli produk tersebut, artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan kemasan yang menarik.

c. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi

Individu mempunyai keinginan yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar dapat menarik perhatian orang lain.

d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya)

Individu cenderung berperilaku dengan ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah dan *branded*.

e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Individu mempunyai kemampuan membeli yang tinggi sehingga dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

f. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Dalam hal ini Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya untuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh

tokoh idolanya seperti yang di iklankan oleh *selebgram*, artis maupun lainnya. Individu juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan oleh *public figure* produk tersebut.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Individu sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Hal ini seiring yang diungkapkan oleh Cross dan Cross (dalam Sumartono, 2002) juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Individu akan cenderung menggunakan produk jenis yang sama dengan merek yang lain, meskipun produk tersebut belum habis dipakai.

Selain itu Lina dan Rosyid (1997) juga mengemukakan beberapa aspek perilaku konsumtif yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu:

- a. Pembelian implusif (Impulsive buying)

Dalam aspek ini menunjukkan bahwa seseorang yang melakukan pembelanjaan atau pembelian semata-mata karena nafsu atau hasrat yang tiba-tiba muncul pada seseorang. Pembelanjaan ini terjadi tanpa mempertimbangkan terlebih dahulu dan bersifat emosional.

b. Pemborosan (*Wasteful Buying*)

Perilaku konsumtif adalah suatu bentuk perilaku yang hanya mernghambur-hamburkan banyak dana tanpa di dasari adanya kebutuhan yang jelas serta perilaku membeli yang tidak hanya satu barang tapi lebih dari satu barang.

c. Mencari kesenangan (*Non Rational Buying*)

Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan dan kepuasan serta konsumen membeli karena faktor hobi.

Berdasarkan pembahasan aspek di atas maka pada penelitian ini peneliti menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) untuk menyusun alat ukur perilaku konsumtif, aspek tersebut dirasa lebih sesuai untuk meneliti masalah yang ingin diteliti dalam penelitian ini.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Sunyoto (2012) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

1. Faktor eksternal

a. Kebudayaan

Kebudayaan adalah kompleks yang mencakup pengertian, kepercayaan, kesenian, moral, hukum, adat istiadat serta kebiasaan-kebiasaan yang didapatkan oleh manusia sebagai anggota masyarakat.

b. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah sebuah kelompok yang relative homogeny yang bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun secara hierarkhi dan yang keanggotaannya mempunyai nilai minat dan perilaku yang sama Philip Kotler (dalam Sunyoto, 2012).

c. Keluarga

Keluarga digunakan menggambarkan berbagai macam bentuk rumah tangga. Dalam keluarga masing-masing anggota dapat berbuat hal yang berbeda dalam membeli sesuatu.

d. Kelompok Referensi dan Kelompok Sosial

1) Kelompok referensi

Kelompok referensi adalah kelompok yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian perilakunya.

2) Kelompok Sosial

Kelompok sosial merupakan himpunan manusia yang hidup bersama, saling berhubungan timbal balik, pengaruh mempengaruhi dan kesadaran untuk tolong menolong.

2. Faktor Internal

a. Motivasi

Motivasi adalah suatu dorongan kebutuhan dan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan.

b. Persepsi

Persepsi merupakan proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti dari dunia ini.

c. Belajar

Belajar menjelaskan perubahan dalam perilaku seseorang yang timbul dari pengalaman, hasil belajar ini akan memberikan tanggapan tertentu.

d. Kepribadian dan Konsep Diri

1) Kepribadian

Kepribadian adalah pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku.

2) Konsep diri

Konsep diri merupakan pendekatan yang dikenal luas untuk menggambarkan hubungan antara konsep diri dalam konsumen dengan *image* merek dan *image* penjual.

e. Kepercayaan dan Sikap

1) Kepercayaan

Kepercayaan adalah suatu pikiran deskriptif yang dianut seseorang mengenai sesuatu.

2) Sikap

Sikap menggambarkan penilaian kognitif yang baik maupun tidak baik, perasaan-perasaan emosional dan kecenderungan

berbuat yang bertahan selama waktu tertentu terhadap beberapa objek atau gagasan.

Selain itu faktor lain yang juga mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kontrol diri, hal ini diperkuat dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Regina, Lydia dan Cicilia (2015) dari penelitian ini jelas bahwa ketika seseorang memiliki tingkat *self-control* yang tinggi, maka perilaku konsumtif *online shopping* rendah. Hal ini didukung pendapat yang dikemukakan oleh Munandar (dalam Anggreini & Mariyanti, 2014) bahwa kontrol diri merupakan suatu kemampuan untuk mengendalikan atau mengontrol tingkah laku individu, dimana kemampuan ini termasuk dalam salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli barang dan jasa. Begitu juga dengan penelitian lainnya yang dilakukan oleh Anggreini dan Mariyanti (2014) berdasarkan hasil penelitian ini terdapat hubungan negatif yang cukup dan signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Esa Unggul, artinya semakin kuat kontrol diri mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa tersebut, sebaliknya semakin lemah kontrol diri mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul.

B. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Menurut Averill (1973) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi serta kemampuan individu

untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakininya. Lazarus (dalam Thalib, 2010) menjelaskan bahwa kontrol diri menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun guna meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan. Gleitman (dalam Thalib, 2010) mengatakan bahwa kontrol diri merujuk pada kemampuan seseorang untuk melakukan sesuatu yang ingin dilakukan tanpa terhalangi baik oleh rintangan maupun kekuatan yang berasal dari dalam diri individu.

Menurut Thalib (2010) kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dalam diri maupun dari luar diri individu. Individu yang memiliki kemampuan kontrol diri akan membuat keputusan dan mengambil langkah tindakan yang efektif untuk menghasilkan suatu yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan.

Borba (2008) kontrol diri adalah kemampuan tubuh dan pikiran untuk melakukan apa yang semestinya dilakukan. Kontrol diri dapat mendorong individu untuk mengambil pilihan yang tepat ketika menghadapi godaan, walaupun pada saat itu muncul pikiran dan ide buruk pada diri individu.

Berdasarkan teori dari beberapa defenisi tersebut maka defenisi pengertian kontrol diri yang digunakan pada penelitian ini merupakan defenisi yang dikemukakan oleh Averill (1973) yang mengatakan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi serta kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang

diyakini. Peneliti memilih teori kontrol diri dari Averill (1973) karena definisi tersebut sesuai dengan konteks penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta definisi tersebut lebih komprehensif digunakan dalam penelitian ini.

2. Aspek-aspek Kontrol Diri

Menurut Averill (1973) kontrol diri dibedakan atas tiga aspek yaitu:

1. Mengontrol perilaku (*behavioral control*)

Mengontrol perilaku merupakan kemampuan individu untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, baik kemampuan dalam mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) maupun kemampuan mengatur stimulus (*stimulus modifiability*).

2. Mengontrol kognitif (*cognitive control*)

Mengontrol kognitif merupakan cara seseorang dalam menafsirkan, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif. Mengontrol kognisi merupakan kemampuan dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan untuk mengurangi tekanan.

3. Mengontrol keputusan

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan individu untuk memilih dan menentukan tujuan yang diinginkan. Kemampuan mengontrol keputusan akan berfungsi baik bilamana individu memiliki kesempatan, kebebasan, dan berbagai alternative dalam melakukan suatu tindakan.

Selain itu Averill (dalam Ghufron dan Risnawita, 2012) juga mengemukakan beberapa aspek kontrol diri yang dibagi menjadi tiga bagian.

Adapun aspek tersebut yaitu:

a. Kontrol perilaku (*Behavior Control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung mempengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan.

b. Kontrol kognitif (*Cognitive Control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan aspek ini terdiri atas dua komponen, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*).

c. Mengontrol keputusan

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini atau disetujui.

Berdasarkan pembahasan aspek di atas maka pada penelitian ini peneliti menggunakan aspek yang dikemukakan oleh Averill (1973) untuk menyusun alat ukur kontrol diri, aspek tersebut dirasa lebih sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini

3. Faktor-faktor Kontrol Diri

Menurut Ghufron dan Risnawita (2012) kontrol diri dipengaruhi oleh beberapa faktor yang terdiri dari faktor internal (dari diri individu) dan faktor eksternal (lingkungan individu).

1. Faktor internal

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia. Semakin bertambah usia seseorang maka semakin baik kemampuan mengontrol diri seseorang itu.

2. Faktor eksternal

Faktor eksternal ini di antaranya adalah faktor lingkungan keluarga, lingkungan keluarga terutama orang tua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Hasil penelitian Naischah (2000) menunjukkan bahwa persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orang tua yang semakin demokratis cenderung diikuti tingginya kemampuan mengontrol dirinya. Oleh sebab itu, bila orang tua menerapkan sikap disiplin kepada anaknya secara intens sejak dini, dan orang tua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang dilakukan anak bila menyimpang dari yang sudah ditetapkan, maka sikap kekonsistensian ini akan diinternalisasi anak. Di kemudian akan menjadi kontrol diri baginya.

C. Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

Salah satu tugas perkembangan yang harus dilakukan oleh individu pada rentang usia 11-26 tahun adalah memiliki tugas dalam memperkuat *self-control* (kemampuan mengendalikan diri), baik itu kemampuan mengontrol prinsip-prinsip nilai, sikap, perilaku termasuk perilaku dalam berbelanja maupun hal lainnya (Yusuf, 2008). Hal ini dikarenakan kontrol diri berfungsi sebagai pengaturan proses-proses fisik, psikologis dan perilaku pada diri seseorang. Selain itu kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti yang diinginkan termasuk dalam menentukan keputusan dan keinginan untuk berbelanja *online* (Lazarus dalam Thalib, 2010).

Kontrol diri menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Thalib (2010) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk mengendalikan dorongan-dorongan, baik dalam diri maupun dari luar diri individu. Individu yang memiliki kemampuan kontrol diri akan membuat keputusan dan mengambil langkah tindakan yang efektif untuk menghasilkan suatu yang diinginkan dan menghindari akibat yang tidak diinginkan begitu juga dalam hal mengendalikan dorongan untuk tidak berperilaku konsumtif.

Hal ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Regina, dkk (2015) hasil dari penelitian ini jelas bahwa ketika seseorang memiliki tingkat *self-control* yang tinggi, maka perilaku konsumtif *online*

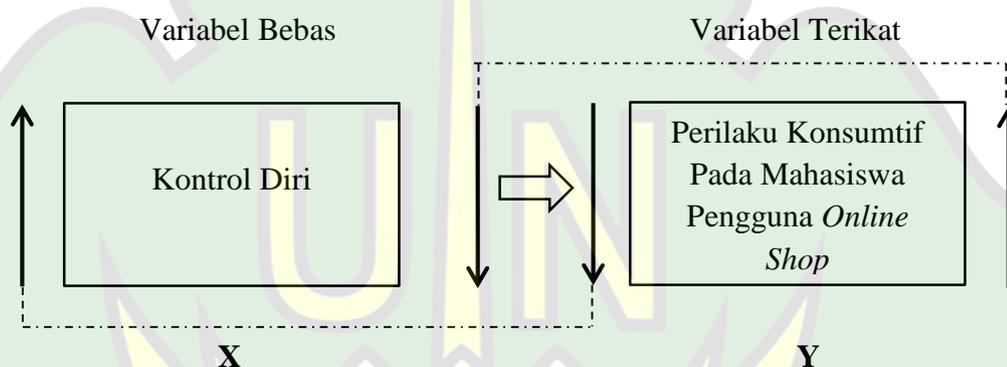
shopping rendah. Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Anggreini dan Mariyanti (2014) berdasarkan hasil penelitian ini terdapat hubungan negatif yang cukup dan signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Universitas Esa Unggul, artinya semakin kuat kontrol diri mahasiswi maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswi tersebut, sebaliknya semakin lemah kontrol diri mahasiswi maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul.

Hal senada diperkuat dengan penelitian yang dilakukan oleh Chita, dkk (2015) hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk fashion pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011, artinya semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah perilaku konsumtif *online shopping* produk fashion, sebaliknya semakin rendah *self-control* maka semakin tinggi perilaku konsumtif *online shopping* produk fashion. Hasil penelitian lainnya dilakukan oleh Tripambudi dan Indrawati (2018) dari hasil analisis regresi sederhana menunjukkan adanya hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pembelian gadget, artinya semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pembeli gadget, dan semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pembelian gadget.

Berdasarkan beberapa hasil dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya dengan menggunakan variable yang sama yaitu variable kontrol diri dan variable perilaku konsumtif, terlihat bahwa terdapat hubungan

negatif antara variable kontrol diri dengan variable perilaku konsumtif, artinya semakin tinggi kontrol diri seseorang maka semakin rendah perilaku konsumtif yang muncul, begitu juga sebaliknya jika kontrol diri rendah maka perilaku konsumtif yang muncul semakin tinggi.

Hubungan kedua variabel tersebut secara deskripsi dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan hasil kajian teori dan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, serta gambaran kerangka konseptual di atas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang dilakukan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Azwar (2017) pendekatan kuantitatif merupakan metode penelitian yang analisisnya menekankan pada data-data kuantitatif (angka) yang dikumpulkan melalui prosedur pengukuran dan diolah dengan metode analisis statistika. Semua variabel yang terlibat harus diidentifikasi dengan jelas dan terukur, hubungan diantara variabel-variabel yang diteliti dinyatakan secara korelasional atau struktural dan diuji secara empirik.

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian korelasional. Penelitian korelasional adalah penelitian yang menyelidiki sejauh mana variasi pada satu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain, berdasarkan koefisien korelasi (Azwar, 2016).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017) adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Variabel dibedakan menjadi dua macam yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya

variabel bebas. Adapun variabel bebas dan variabel terikat pada penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (X) : Kontrol Diri
2. Variabel Terikat (Y) : Perilaku Konsumtif

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan kemampuan mahasiswa untuk memodifikasi perilaku dalam berbelanja *online shop* serta kemampuan untuk mengelola informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi dan memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini. Tinggi rendahnya kontrol diri pada penelitian ini diukur dengan menggunakan skala kontrol diri dengan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Averill (1973) yaitu: mengontrol perilaku (*behavioral control*), mengontrol kognitif (*cognitive control*), dan mengontrol keputusan.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan mahasiswa dalam memakai barang/jasa secara tidak tuntas, atau dapat disebutkan sebagai perilaku mahasiswa membeli karena adanya hadiah yang ditawarkan serta membeli suatu barang/jasa karena banyak orang memakai. Tinggi rendahnya perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan skala perilaku konsumtif dengan indikator yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yaitu: membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk demi menjaga penampilan dan

gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

D. Subjek Penelitian

1. Populasi Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Adapun populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh yang berjumlah 23.930 (Bagian Akademik UIN Ar-Raniry, 2021).

Tabel 3.1

Jumlah Mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh

No	Fakultas	Jumlah Mahasiswa
1.	Fakultas Syariah dan Hukum	3674
2.	Fakultas Tarbiyah dan Keguruan	8490
3.	Fakultas Ushuludin dan Filsafat	1446
4.	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	2100
5.	Fakultas Adab dan Humaniora	1700
6.	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	2988
7.	Fakultas Sains dan Teknologi	1791
8.	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan	1044
9.	Fakultas Psikologi	697
Total		23.930

Tabel di atas merupakan jumlah mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh, dikarenakan subjek dalam penelitian ini tidak diketahui jumlah

populasinya secara pasti maka penelitian ini menggunakan kriteria pada penentuan sampel selanjutnya.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melaksanakan penelitian suatu subjek. Pengambilan sampel ini harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi atau dapat menggambarkan keadaan populasi sebenarnya.

Jumlah Populasi mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry tidak diketahui secara jelas dan pasti mengenai ukuran sampel dan jumlah banyak atau tidaknya angka populasi, maka peneliti merujuk pada jumlah sampel yang ditetapkan menggunakan tabel Isac dan Michael, kemudian dari jumlah populasi sebanyak 23.930 mahasiswa diperoleh sebanyak 342 (6,9%) orang sampel. Penelitian ini menggunakan metode *nonprobability sampling* dengan teknik *kouta sampling*. Teknik *kuota sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (*kouta*) yang diinginkan terpenuhi (Azwar, 2016).

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian besar populasi mahasiswa UIN Ar-raniry, dari jumlah populasi tersebut peneliti memilih subjek berdasarkan jumlah persen *kouta* yang telah ditentukan menggunakan tabel Isac dan Michael dengan beberapa kriteria. Jika subjek dari jumlah *kouta* tersebut

memenuhi kriteria maka subjek dapat dijadikan sebagai sampel dalam penelitian ini, subjek yang dipilih sebanyak 342 orang mahasiswa dengan syarat memenuhi beberapa kriteria yang telah ditentukan. Adapun kriteria pemilihan subjek sebagai berikut:

- a. Pengguna *Online Shop*
- b. Menggunakan lebih dari dua produk sejenis

Tabel 3.2

Jumlah Sampel Mahasiswa Pengguna Online Shop UIN Ar-Raniry Banda Aceh

Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Jumlah Kouta	Persentase (%)
Fakultas Tarbiyah dan keguruan	3674	121	28,7 %
Fakultas Syariah dan Hukum	8490	52	8,2%
Fakultas Dakwah dan Komunikasi	1446	30	8,2%
Fakultas Adab dan Humaniora	2100	24	7,3%
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan	1700	15	6,7%
Fakultas Sains dan Teknologi	2988	26	10,2%
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	1791	43	12,9%
Fakultas Ushuludin dan Filsafat	1044	21	6,1%
Fakultas Psikologi	697	10	11,7%
Total	23.930	342	100%

E. Teknik Pengumpul Data

- a. Persiapan Alat Ukur Penelitian

Tahapan pertama dalam pelaksanaan penelitian yaitu mempersiapkan alat ukur untuk pengumpulan data penelitian yang berbentuk skala. Ada dua skala psikologi yaitu skala kontrol diri berdasarkan aspek dari Averill (1973) dan skala perilaku konsumtif berdasarkan aspek dari Sumartono (2002). Setiap skala yang diberikan terdiri dari dua pernyataan yaitu *favorable* dan *unfavorable*, dimana pernyataan *favorable* adalah pernyataan yang mendukung variabel yang akan diukur sedangkan pernyataan *unfavorable* adalah pernyataan yang tidak mendukung variabel yang akan diukur (Azwar, 2016).

Kedua skala yang telah disebutkan di atas disusun dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa teknik skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel ini dijadikan titik tolak untuk menyusun aitem-aitem instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Jawaban dalam skala ini dinyatakan dalam empat kategori (sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai dan sangat tidak sesuai) dengan tidak memakai jawaban ragu-ragu karena ini bisa menimbulkan kecenderungan subjek dalam menjawab ragu-ragu bagi subjek yang tidak pasti dengan jawaban. Penilaiannya bergerak dari empat sampai satu untuk aitem *favorable* dan dari satu sampai empat untuk aitem *unfavorable*.

Tabel 3.3

Skor Aitem Skala Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif

Jawaban	Aitem	
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>
SS (Sangat Sesuai)	4	1
S (Sesuai)	3	2
TS (Tidak Sesuai)	2	3
STS (Sangat Tidak Sesuai)	1	4

1. Skala Kontrol Diri

Skala Kontrol diri disusun oleh peneliti berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Averill (1973) yang terdiri dari 3 aspek

Adapun aspek kontrol diri tersebut yaitu:

1. Mengontrol perilaku (*behavioral control*)

Mengontrol perilaku merupakan kemampuan individu untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, baik kemampuan

dalam mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) maupun kemampuan mengatur stimulus (*stimulus modifiability*).

2. Mengontrol kognitif (*cognitive control*)

Mengontrol kognitif merupakan cara seseorang dalam menafsirkan, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif. Mengontrol kognisi merupakan kemampuan dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan untuk mengurangi tekanan.

3. Mengontrol keputusan

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan individu untuk memilih dan menentukan tujuan yang diinginkan. Kemampuan mengontrol keputusan akan berfungsi baik bilamana individu memiliki kesempatan, kebebasan, dan berbagai alternatif dalam melakukan suatu tindakan.

Tabel 3.4
Blue Print Skala Kontrol Diri

No	Aspek-aspek	Indikator	Nomor aitem		Jlh
			Favorable	Unfavorable	
1.	Mengontrol perilaku (<i>behavioral control</i>)	a. Kemampuan individu untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan yang berkaitan dengan kemampuan dalam mengatur pelaksanaan	4,1	10,6	8
		b. Kemampuan individu dalam mengatur keadaan yang tidak menyenangkan yang berkaitan dengan kemampuan dalam mengatur stimulus	12,3	15,19	

2.	Mengontrol kognitif (<i>cognitive control</i>)	c. Kemampuan individu dalam menafsirkan, menilai, atau menggabungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif	8,5	17,18	8
		d. Kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan untuk mengurangi tekanan	16	26,11	
		e. Kemampuan individu untuk memilih dan menentukan tujuan yang diinginkan	24	21,13	
		f. Kemampuan individu untuk mengontrol keputusan karena memiliki kesempatan	7,9	27	
3.	Mengontrol keputusan	g. Kemampuan individu untuk mengontrol keputusan karena memiliki kebebasan	20	14,25	12
		h. Kemampuan individu untuk mengontrol keputusan karena memiliki berbagai alternative dalam melakukan suatu tindakan	23,2	22	
		Jumlah	13	14	

2. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif disusun oleh peneliti berdasarkan aspek yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yang terdiri dari 8 indikator.

Adapun indikatornya yaitu:

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah

Individu membeli suatu produk maupun jasa karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

2. Membeli produk karena kemasannya menarik

Individu sangat mudah terbuju dan terpengaruh untuk membeli suatu produk yang dibungkus dengan kemasan yang menarik sehingga pembeli tertarik untuk membeli produk tersebut, artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan kemasan yang menarik.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi

Individu mempunyai keinginan yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar dapat menarik perhatian orang lain.

4. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat dan kegunaannya)

Individu cenderung berperilaku dengan ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah dan *branded*.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status

Individu mempunyai kemampuan membeli yang tinggi sehingga dapat menunjang sifat eksklusif dengan barang yang mahal dan memberi kesan

berasal dari kelas sosial yang lebih tinggi. Dengan membeli suatu produk dapat memberikan simbol status agar kelihatan lebih keren dimata orang lain.

6. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan

Dalam hal ini Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya untuk menggunakan segala sesuatu yang dipakai oleh tokoh idolanya seperti yang di iklankan oleh *selebgram*, artis maupun lainnya. Individu juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan oleh *public figure* produk tersebut.

7. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi

Individu sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri. Hal ini seiring yang diungkapkan oleh Cross dan Cross (dalam Sumartono, 2002) juga menambahkan bahwa dengan membeli produk yang mereka anggap dapat mempercantik penampilan fisik, mereka akan menjadi lebih percaya diri.

8. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)

Individu akan cenderung menggunakan produk jenis yang sama dengan merek yang lain, meskipun produk tersebut belum habis dipakai.

Tabel 3.5
Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

No	Indikator	Sub-indikator	Nomor Item		Jlh
			Favorable	Unfavorable	
1.	Membeli produk karena iming-iming hadiah	Membeli suatu barang/jasa karena adanya hadiah yang ditawarkan	36,35	22,4	4
2.	Membeli produk karena kemasannya menarik	Individu membeli barang/jasa karena kemasan yang menarik	16,19	34,3	4
3.	Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi	Individu membeli barang/jasa agar dapat menarik perhatian orang lain	31,26	21,17	4
4.	Membeli produk atas pertimbangan harga	Individu cenderung berperilaku dengan adanya kehidupan mewah dan menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah dan <i>branded</i>	13,20	10,2	4
5.	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	Individu membeli suatu barang/jasa untuk memberikan simbol status	14,6	8,7	4
6.	Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	Individu membeli barang/jasa yang dipakai oleh tokoh idolanya Individu memakai dan mencoba barang/jasa yang ditawarkan oleh <i>public figure</i>	9,25 24	1 27,18	6
7.	Membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	Individu mencoba suatu barang/jasa karena percaya apa yang dikatakan oleh iklan yaitu dapat menumbuhkan rasa percaya diri	29,23	33	6

	Individu membeli suatu barang/jasa untuk mempercantik penampilan fisik agar lebih percaya diri	32	28,30		
8.	Mencoba lebih dari dua produk sejenis	Individu menggunakan lebih dari 1 jenis barang/jasa dengan merek yang berbeda meskipun produk tersebut belum habis digunakan	5,11	12,15	4
Jumlah		18	18	36	

b. Pelaksanaan Uji Coba (Try Out)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *try out* terpakai (*single trial administration*) dimana skala psikologi hanya diberikan satu kali saja pada sekelompok individu sebagai sampel. Pandangan ini dipandang ekonomis, praktis, dan berefisien tinggi (Azwar, 2009).

Uji coba alat ukur dilakukan 7 hari yaitu pada tanggal 14 Juni sampai 20 Juni 2021. Data uji coba ini digunakan juga untuk data penelitian karena memakai *single trial administration*, data disebar melalui link *google form* secara *online*. Adapun linknya sebagai berikut:

<https://forms.gle/976TwQ4vVmQAqETx7>

Link tersebut dibagikan secara *online* melalui grup-grup dan menghubungi secara pribadi menggunakan aplikasi whatsapp dan instragram. Setelah masa pengumpulan data selesai maka terkumpul 342 responden, Peneliti kemudian menskoring dan menganalisis data dengan bantuan program *SPSS versi 22.00*.

c. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode *try out* terpakai (*single trial administration*) dimana skala psikologi hanya diberikan satu kali saja pada sekelompok individu sebagai sampel, sehingga proses pengumpulan data dalam penelitian ini hanya berlangsung 7 hari, yaitu dari tanggal 14 Juni sampai dengan 20 Juni 2021. Adapun penyebaran skala dilakukan dengan cara mengirimkan link *google form* secara *online*. Adapun syarat untuk mengisi skala *online* responden harus sesuai dengan karakteristik atau kriteria penelitian yang telah ditentukan terlebih dahulu pada tahap penentuan metode *sampling*. Jika karakteristik atau kriteria tersebut sesuai dengan keadaan responden maka subjek dapat mengisi skala *online* tersebut. Setelah semua skala terkumpul kembali sejumlah yang dibutuhkan, proses pengumpulan data dihentikan dan penelitian dilanjutkan ketahap berikutnya.

d. Uji Validitas Alat Ukur

Menurut Azwar (2016) validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Suatu alat ukur dapat dikatakan valid apabila digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur secara tepat. Pada penelitian ini, uji validitas yang dilakukan adalah uji validitas isi. Validitas isi merupakan validitas yang diestimasi dan dikuantifikasi lewat pengujian terhadap isi skala melalui *expert judgement* dengan tujuan untuk melihat apakah masing-masing aitem mencerminkan ciri perilaku yang ingin diukur (Azwar, 2016). Apabila sebagian *expert judgement*

(para ahli) sepakat bahwa suatu aitem adalah relevan, maka aitem tersebut dinyatakan sebagai aitem yang layak mendukung validasi isi skala.

Komputasi validitas yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah komputasi *CVR* (*Content Validity Ratio*), yang diperoleh dari hasil penilaian sekelompok ahli yang disebut *SME* (*Subject Matter Expert*). *SME* diminta untuk menyatakan apakah isi suatu aitem dikatakan esensial untuk mendukung tujuan apa yang hendak diukur Suatu sistem dikatakan esensial apabila aitem tersebut dapat mempresentasikan dengan baik tujuan pengukuran (Azwar, 2012). Angka *CVR* bergerak antara -1.00 sampai dengan +1.00 dengan *CVR* = 0, 00 berarti 50% dari *SME* dalam panel menyatakan aitem adalah esensial dan valid (Azwar, 2017). Adapun statistic *CVR* dirumuskan sebagai berikut.

$$CVR = \frac{2ne}{n} - 1$$

Keterangan :

ne = Banyaknya *SME* yang menilai suatu aitem “esensial”
 n = Banyaknya *SME* yang melakukan penilaian

1. Hasil komputasi *conten validity ratio* skala kontrol diri

Hasil komputasi *conten validity ratio* skala kontrol diri yang peneliti gunakan diestimasi dan dikuantifikasi lewat pengujian terhadap isi skala melalui *expert judgement* untuk memeriksa apakah masing-masing aitem mencerminkan ciri perilaku yang ingin diukur. Oleh karena itu, untuk mencapai validitas tersebut, maka skala yang telah disusun akan dinilai oleh 3 orang expert judgement dapat dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3.6

Koefisien CVR Skala Kontrol Diri

No	Koefisien CVR	No	Koefisien CVR	No	Koefisien CVR
1	1	11	1	21	1
2	1	12	1	22	1
3	1	13	1	23	1
4	1	14	1	24	1
5	1	15	1	25	1
6	1	16	1	26	1
7	1	17	1	27	1
8	1	18	1		
9	1	19	1		
10	1	20	1		

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penilaian *SME* pada skala kesejahteraan psikologis, didapatkan data bahwa semua koefisien *CVR* menunjukkan nilai diatas nol (0), sehingga semua aitem adalah esensial dan dinyatakan valid.

2. Hasil Komputasi *conten validity ratio* skala perilaku konsumtif

Hasil komputasi *conten validity ratio* skala perilaku konsumtif yang peneliti gunakan dengan *expert judgment* sebanyak 3 orang terdapat 36 aitem yang memiliki koefisien 1, yang dapat dilihat pada tabel 3.7:

Tabel 3.7

Koefisien Skala Perilaku Konsumtif

No	Koefisien CVR						
1	1	11	1	21	1	31	1
2	1	12	1	22	1	32	1
3	1	13	1	23	1	34	1
4	1	14	1	24	1	35	1
5	1	15	1	25	1	36	1
6	1	16	1	26	1		
7	1	17	1	27	1		
8	1	18	1	28	1		
9	1	19	1	29	1		
10	1	20	1	30	1		

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penilaian *SME* pada skala kontrol diri menunjukkan nilai di atas nol (0), sehingga semua aitem adalah esensial dan dinyatakan valid.

e. Uji Daya Beda Aitem Alat Ukur

Uji daya beda item dilakukan untuk melihat sejauh mana item mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki atribut dengan yang tidak memiliki atribut yang akan di ukur (Azwar, 2000). Kriteria dalam pemilihan aitem yang peneliti gunakan berdasarkan aitem total yaitu batasan $r_{ix} \geq 0,3$. Semua aitem yang mencapai koefisien korelasi atau daya beda aitem minimal 0,3 daya bedanya dianggap memuaskan, sedangkan aitem yang memiliki harga r_{ix} kurang dari 0,3 dapat diinterpretasikan sebagai aitem yang memiliki daya beda rendah (Azwar, 2016).

Pada penelitian ini uji daya beda aitem dilakukan dengan menggunakan *SPSS 22.00* dengan cara terlebih dahulu menjumlahkan nilai total pada *excel* kemudian setelah dijumlahkan, data total dari dua variabel tersebut di input ke dalam *SPSS* pada data view untuk dilakukan uji daya beda aitem. Selain itu untuk mengetahui uji daya beda aitem juga dapat dicari dengan rumus korelasi *product moment* dari *pearson*, rumusnya adalah sebagai berikut:

$$r_{ix} = \frac{\sum ix - (\sum i)(\sum x)/n}{\sqrt{[\sum i^2 - (\sum i)^2/n][\sum x^2 - (\sum x)^2/n]}}$$

Keterangan :

i = Skor aitem

x = Skor skala

n = Banyaknya responden

a. Uji daya beda aitem kontrol diri

Hasil analisis daya beda aitem skala kontrol diri dapat dilihat pada tabel

3.8 sebagai berikut:

Tabel 3.8

Koefisien Daya Beda Aitem Skala Kontrol Diri

No	rix	No	rix	No	rix
1	0.458	11	0.352	21	0.501
2	0.475	12	0.336	22	0.604
3	0.465	13	0.477	23	0.387
4	0.416	14	0.408	24	0.259
5	0.245	15	-0.022	25	0.515
6	0.483	16	0.274	26	0.296
7	0.467	17	0.479	27	0.492
8	0.405	18	0.513		
9	0.150	19	0.433		
10	0.454	20	0.223		

Berdasarkan tabel di atas maka dari 27 aitem dapat dilihat sebanyak 7 aitem dengan nilai koefisien korelasi dibawah 0,3 yaitu aitem 5, 9, 15, 16, 20, 24, 26 sehingga aitem tersebut tidak terpilih atau gugur. Sedangkan 20 aitem lainnya diperoleh nilai diatas 0,3 sehingga dapat dilanjutkan untuk uji reliabilitas.

Berdasarkan hasil analisis daya beda aitem dan reliabilitas di atas, maka peneliti memaparkan *blue print* terakhir skala kontrol diri tersebut sebagaimana yang dipaparkan pada tabel 3.9:

Tabel 3.9

Blue Print Akhir Skala Kontrol Diri

No	Aspek-aspek	Nomor aitem		Jlh
		Favorable	Unfavorable	
1.	Mengontrol perilaku (<i>behavioral control</i>)	4,1,12,3	10,6,19	7
2.	Mengontrol kognitif (<i>cognitive control</i>)	8	17,18,11	4
3.	Mengontrol keputusan	7,23,2	21,13,27,14,25,22	9
Total		8	12	20

b. Uji beda daya aitem perilaku konsumtif

Hasil analisis daya beda aitem masing masing skala kontrol diri dapat dilihat pada tabel 3.10:

Tabel 3.10

Koefisien Daya Beda Aitem Skala Perilaku Konsumtif

No	riy	No	riy	No	riy	No	riy
1	0.387	11	0.285	21	0.074	31	0.504
2	0.150	12	0.032	22	-0.039	32	0.297
3	0.390	13	0.673	23	0.245	33	0.319
4	0.381	14	0.611	24	0.390	34	0.261
5	0.461	15	0.410	25	0.573	35	0.504
6	0.568	16	0.403	26	0.630	36	0.100
7	0.381	17	0.354	27	0.104		
8	0.359	18	0.154	28	-0.082		
9	0.530	19	0.513	29	0.463		
10	0.346	20	0.589	30	0.410		

Berdasarkan tabel di atas maka dari 36 aitem dapat dilihat sebanyak 12 aitem dengan nilai koefisien korelasi dibawah 0,3 yaitu aitem 2, 11, 12, 18, 21, 22, 23, 27, 28, 32, 34,36 sehingga aitem tersebut tidak terpilih atau gugur. Sedangkan 24 aitem lainnya diperoleh nilai diatas 0,3 sehingga dapat dilanjutkan untuk uji reliabilitas.

Berdasarkan hasil analisis daya beda aitem dan reliabilitas di atas, maka peneliti memaparkan *blue print* terakhir skala perilaku konsumtif tersebut sebagaimana yang dipaparkan pada tabel 3.11:

Tabel 3.11

Blue Print Akhir Skala Perilaku Konsumtif

No	Indikator	Nomor Item		Jlh
		Favorable	Unfavorable	
1.	Membeli produk karena iming-iming hadiah	35	4	2
2.	Membeli produk karena kemasannya menarik	16,19	3	3
3.	Membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi	31,26	17	3
4.	Membeli produk atas pertimbangan harga	13,20	10	3

5.	Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	14,6	8,7	4
6.	Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	9,25,24	1	4
7.	Membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	29	33,30	3
8.	Mencoba lebih dari dua produk sejenis	5	15	2
Total		14	10	24

f. Uji Reliabilitas Alat Ukur

Uji reliabilitas merupakan keterpercayaan atau konsistensi hasil ukur, yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Pengukuran dikatakan tidak cermat apabila *error* pengukurannya terjadi secara *random*. Antara skor individu yang satu dengan yang lain terjadi *error* yang tidak konsisten dan bervariasi sehingga perbedaan skor yang diperoleh lebih banyak ditentukan oleh *error*, bukan oleh perbedaan yang sebenarnya. Implikasi pengukuran yang tidak cermat berarti juga tidak konsisten dari waktu ke waktu (Azwar, 2012). Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan *single trial administration*, yang dimana skala psikologi hanya diberikan satu kali pada sekelompok individu sebagai subjek.

Pada penelitian ini uji reliabilitas kedua skala dilakukan dengan menggunakan *SPSS 22.00* dengan cara terlebih dahulu mengimport data total dari *excel* ke dalam *SPSS* pada data view untuk dilakukan uji reliabilitas. Bila menentukan nilai koefisien korelasi secara manual uji reliabilitas dapat ditentukan juga dengan rumus sebagai berikut.

$$\alpha = 2[1 - \frac{sy_1^2 + sy_2^2}{sx^2}]$$

Keterangan :

Sy_1^2 = Varians Y1 dan varians skor Y2

Sx = Varians skor X

a. Hasil Uji Reliabilitas Skala Kontrol Diri

Hasil uji reliabilitas pada skala kontrol diri diperoleh nilai sebesar $\alpha = 0,857$, selanjutnya peneliti melakukan analisis reliabilitas tahap kedua dengan membuang aitem yang tidak terpilih (daya beda rendah) dan hasil analisis skala pada tahap kedua memperoleh hasil $\alpha = 0,867$ yang artinya reliabilitas skala kontrol diri sangat tinggi.

b. Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Hasil uji reliabilitas pada skala perilaku konsumtif diperoleh nilai $\alpha = 0,863$, selanjutnya peneliti melakukan analisis reliabilitas tahap kedua dengan membuang aitem yang tidak terpilih (daya beda rendah) dan hasil analisis skala pada tahap kedua memperoleh hasil $\alpha = 0,892$ yang artinya reliabilitas skala perilaku konsumtif sangat tinggi.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

a. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah kegiatan lanjutan setelah pengumpulan data dilakukan (Bungin, 2005). Menurut Fatihuddin (2015) tahap-tahap pengolahan data adalah sebagai berikut:

a. *Editing*

Editing merupakan proses memeriksa kejelasan dan kelengkapan pengisian instrument pengumpulan data. Proses *editing* ini dilakukan dengan maksud untuk mencari kesalahan-kesalahan dalam *questioner*

yang telah diisi oleh responden. Pada penelitian ini proses *editing* dilakukan dengan cara menekan jawaban dari responden pada *google form*, kemudian setelah jawaban tersebut muncul di *spreadsheet* yang langsung terhubung ke *excel* untuk melakukan pemeriksaan (*crosscheck*). Data awal merupakan jawaban responden pada *google form* yang diambil untuk dilakukan pemeriksaan, dan setelah dilakukan pemeriksaan tidak terdapat aitem yang kosong pada data awal tersebut.

b. *Coding*

Coding merupakan proses identifikasi dan klarifikasi dari setiap pertanyaan dalam instrument pengumpulan data berdasarkan variabel-variabel yang diteliti dengan pemberian kode-kode atau angka-angka. Setelah dilakukan pemeriksaan pada jawaban responden, peneliti melakukan pembagian antara variabel X dan variabel Y. Pada variabel tersebut terdapat aitem *favorable* pada aitem jawaban yang menjawab sangat sesuai dikode dengan 4, sesuai dikode 3, tidak sesuai kode 2, sangat tidak sesuai dikode 1 dan pengkodean *unfavorable* dilakukan sebaliknya yaitu aitem yang menjawab sangat sesuai dikode 1, sesuai dikode 2, tidak sesuai dikode 3 dan sangat tidak sesuai dikode 4. Pengkodean aitem *favorable* dan *unfavorable* di *coding* secara terpisah.

c. *Kalkulasi*

Kalkulasi merupakan proses menghitung data yang telah terkumpulkan dengan cara menambah, mengurangi, membagi, mengkalikan atau lainnya yang dilakukan dengan bantuan *excel*. Proses kalkulasi pada

penelitian ini dilakukan dengan cara menginput data aitem yang sudah di *coding* secara otomatis sesuai dengan nilai aitem *favorable* dan *unfavorable*, kemudian aitem dijumlah dengan mengklik *auto sum* perbaris pada setiap responden di *excel*. Selanjutnya untuk melakukan kategorisasi jumlah total diurutkan dengan mengklik *sort smallest to largest*, setelah itu maka jumlah total akan terurut dari nilai terendah ke nilai tertinggi dan nilai ini yang akan digunakan untuk mencari nilai data empirik.

d. *Tabulasi*

Tabulasi merupakan proses mencatat atau *entry* data ke dalam tabel induk penelitian. Tahap ini menggunakan data di *excel* yang telah melalui proses kalkulasi, data yang sudah selesai dari 3 tahap diatas selanjutnya pengolahan dilakukan di aplikasi *SPSS 22.00* dengan cara mengimport data dari tabel *excel* ke dalam data view di *SPSS* data siap dianalisis sesuai kebutuhan teknik analisis data.

b. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis. Tujuannya untuk memperoleh kesimpulan dari hasil penelitian. Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji prasyarat dan uji hipotesis, berikut:

a. Uji prasyarat

Uji prasyarat merupakan syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan uji hipotesis. Uji prasyarat meliputi uji normalitas dan uji

linieritas (Priyatno, 2016). Uji prasyarat dalam penelitian ini meliputi uji normalitas dan uji linieritas:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji yang digunakan untuk melihat data berdistribusi normal atau tidak. Menurut Sugiyono (2016) jika data yang dihasilkan tidak berdistribusi normal maka analisis data secara parametrik tidak dapat digunakan. Uji normalitas ini dilakukan dengan menggunakan *software* yaitu SPSS versi 22.00. Uji yang digunakan adalah *skewness-kurtosis*.

Menurut Field (2009) *skewness* menunjukkan seberapa melenceng data, sementara *kurtosis* menunjukkan seberapa gemuk bentuk distribusi data. Data yang ideal (normal) adalah data yang tidak melenceng serta tidak terlalu gemuk dan tidak terlalu kurus, oleh karena itu *skewness* dan *kurtosis* nol (0). Batas toleransi *skewness* dan *kurtosis* yang masih dianggap normal apabila nilai statistic *skewness* dan *kurtosis* antara -1,96 sampai 1,96 namun sering dibulatkan -2 sampai 2.

2. Uji Linieritas Hubungan

Setelah melakukan uji normalitas, selanjutnya peneliti melakukan uji linieritas hubungan. Gunawan (2016) menyatakan bahwa uji linieritas hubungan merupakan syarat untuk semua uji hipotesis hubungan yang bertujuan untuk melihat apakah hubungan dua variabel membentuk garis lurus linier. Uji linieritas dilakukan untuk membuktikan bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan linieritas dengan variabel terikat (Hanief & Himawanto, 2017). Uji linieritas pada SPSS digunakan uji linieritas lajur

F deviation for linearity, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$). Sedangkan jika menggunakan *test for linearity*, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang dapat ditarik lurus apabila nilai signifikansi pada linearitas ($p < 0,05$) (Priyatno 2011). Pada penelitian ini uji linieritas yang digunakan yaitu *test for linearity* sehingga dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikansi linearitasnya ($p < 0,05$).

b. Uji Hipotesis

Setelah semua asumsi normalitas dan linieritas terpenuhi, maka dapat dilakukan analisis data untuk menguji hipotesis penelitian. Uji hipotesis yaitu dengan jalan memeriksa batas penerimaan-penolakan taraf signifikansi statistik dari koefisien jalur yang dihasilkan (Sugiyono, 2017). Menurut Periantalo (2016) koefisien korelasi dikatakan signifikan apabila $p < 0,05$. Analisis penelitian data yang dipakai adalah dengan bantuan komputer program *SPSS version 22.00 for Windows*. Adapun rumus korelasi jika analisis dilakukan secara manual sebagai berikut.

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan:

- r_{xy} = Koefisiensi korelasi antara variabel X dan variabel Y.
- $\sum xy$ = Jumlah perkalian x dengan y
- $\sum x$ = Jumlah skor skala variabel x
- $\sum y$ = Jumlah skor skala variabel y
- N = Banyaknya subjek

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh dengan populasi berjumlah 23.930. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 342 orang (Isaac dan Michael, 1981). Pada saat penelitian, peneliti menggunakan skala dalam bentuk *google form* dengan cara membagikan link *google form* melalui *personal chat* kepada mahasiswa UIN Ar-Raniry dan membagikan link *google form* ke setiap grup yang terdapat mahasiswa UIN Ar-Raniry. Setelah peneliti menyebarkan skala, responden yang mengisi skala adalah sebanyak 342 orang responden.

1. Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, menunjukkan bahwa jumlah sampel laki-laki berjumlah 138 orang (40.4%) dan jumlah sampel perempuan berjumlah 204 orang (59.6%). Dapat dikatakan bahwa sampel yang lebih banyak terlibat dalam penelitian ini adalah sampel berjenis kelamin perempuan, sebagaimana pada tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4. 1
Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Jenis Kelamin

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	138	40.4%
	Perempuan	204	59.6%
Jumlah		342	100%

2. Subjek Berdasarkan Usia

Berdasarkan penelitian ini usia subjek yang paling muda 17 tahun hingga yang paling tua 25 tahun. Tabel 4.2 menunjukkan bahwa usia yang paling banyak menjadi subjek pada penelitian ini adalah 22 tahun yaitu sebanyak 111 orang (32,4%), selanjutnya 21 tahun sebanyak 103 orang (30%) dan disusul usia 20 tahun sebanyak 48 orang (14,2%). Kemudian, 23 tahun sebanyak 37 orang (10,2%), usia 19 tahun sebanyak 22 orang (7,2%), usia 18 tahun sebanyak 7 orang (2,2%), usia 24 tahun sebanyak 5 orang (1,5%), usia 17 tahun sebanyak 6 orang (1,7%), dan yang terakhir usia 25 tahun sebanyak 3 orang (0,6%).

Tabel 4. 2
Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Usia

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Usia	17	6	1,7 %
	18	7	2,2%
	19	22	7,2%
	20	48	14,2%
	21	103	30%
	22	111	32,4%
	23	37	10,2%
	24	5	1,5%
	25	3	0,6%
Jumlah		342	100%

3. Subjek Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan fakultas, jumlah terbanyak yang mengisi kuesioner penelitian ini adalah fakultas Tarbiyah dan Keguruan sebanyak 98 orang (28,7%), kemudian fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam sebanyak 44 orang (12,9%), fakultas Psikologi sebanyak 40 orang (11,7%), fakultas Sains dan Teknologi sebanyak 35 (10,2%), fakultas Dakwah dan Komunikasi sebanyak 28 orang (8,2%), fakultas Syariah dan Hukum sebanyak 28 orang (8,2%),

fakultas Adab dan Humaniora sebanyak 25 orang (7,3%), fakultas Sosial dan Ilmu Pemerintahan sebanyak 23 orang (6,7%), dan terakhir fakultas Ushuludin dan Filsafat sebanyak 21 orang (6,1%). Dari 9 fakultas tersebut terlihat bahwa 6 fakultas sudah memenuhi jumlah kouta sampling yang telah ditentukan, dan 3 fakultas belum memenuhi jumlah kouta yang ditentukan hal ini disebabkan karena jumlah populasi mahasiswa pengguna *online shop* tidak diketahui secara jelas dan pasti.

Tabel 4. 3
Data Subjek Penelitian Kategori Fakultas

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah Kouta	Jumlah (n)	Persentase (%)
Fakultas	Fakultas Tarbiyah dan keguruan	121	98	28,7 %
	Fakultas Syariah dan Hukum	52	28	8,2%
	Fakultas Dakwah dan Komunikasi	30	28	8,2%
	Fakultas Adab dan Humaniora	24	25	7,3%
	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan	15	23	6,7%
	Fakultas Sains dan Teknologi	26	35	10,2%
	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	43	44	12,9%
	Fakultas Ushuludin dan Filsafat	21	21	6,1%
	Fakultas Psikologi	10	40	11,7%
Jumlah			342	100%

B. Hasil Penelitian

1. Kategorisasi Data Penelitian

Pembagian kategorisasi sampel yang digunakan peneliti adalah kategorisasi berdasarkan model distribusi normal dengan kategorisasi jenjang (ordinal). Menurut Azwar (2012), kategorisasi yang menempatkan individu ke

dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Pengkategorisasian ini akan diperoleh dengan membuat kategorisasi skor subjek berdasarkan besarnya satuan deviasi standar populasi (σ). Karena kategorisasi ini bersifat relatif, maka luasnya interval yang mencakup setiap kategori yang di inginkan dapat ditetapkan secara subjektif selama penetapan itu berada dalam pengkategorisasian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang dan tinggi.

a. Skala Kontrol Diri

Analisis data deskriptif berguna untuk mengetahui deskripsi data hipotetik (yang mungkin terjadi) dan data empiris (berdasarkan data di lapangan) dari variabel kontrol diri. Deskripsi data hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.4
Deskripsi Data Penelitian Skala Kontrol Diri

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Kontrol Diri	80	20	50	10	80	34	57	7,6

Keterangan Rumus Skor Hipotetik:

Xmin (Skor minimal) = Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban

Xmaks (Skor Maksimal) = Hasil Perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban

M (Mean) = Dengan rumus μ (skor maks+skor min) / 2

SD (Standar Deviasi) = Dengan rumus $s = (\text{skor maks}-\text{skor min}) / 6$

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dari hasil uji coba statistik penelitian, maka analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa skor total minimal adalah 20, maksimal 80, nilai rerata *mean* 50, dan standar deviasi 10, sedangkan secara empirik menunjukkan bahwa skor total minimal adalah 34,

maksimal 80, nilai rerata *mean* 57, dan standar deviasi 7,6.

Deskripsi data hasil secara empirik dijadikan sebagai batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal).

Berikut ini rumus pengkategorisasian pada skala kontrol diri:

Rendah	= $X < M - 1SD$
Sedang	= $M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Tinggi	= $M + 1SD \leq X$
Keterangan :	
X	= Rentang butir pernyataan
M	= Mean (rata rata)
SD	= Standar Deviasi

Berdasarkan rumus kategorisasi ordinal yang digunakan, maka didapat hasil kategorisasi skala kontrol diri adalah sebagaimana tabel 4.5 berikut :

Tabel 4.5
Kategorisasi Kontrol Diri

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	$X < 49,4$	54	15,8%
Sedang	$49,4 \leq X < 64,6$	225	65,8%
Tinggi	$64,6 \leq X$	63	18,4%
	Jumlah	342	100%

Berdasarkan tabel 4.5 diatas, maka hasil kategorisasi kontrol diri pada responden penelitian ini secara data empirik menunjukkan bahwa 54 (15,8%) orang memiliki kontrol diri yang rendah, 225 (65,8%) orang memiliki kontrol diri yang sedang, dan 63 (18,4%) orang lainnya memiliki kontrol diri tinggi. Artinya dapat disimpulkan bahwa pada kategorisasi kontrol diri *persentase* yang paling dominan adalah pada kategori sedang, sedangkan jika dilihat pada nilai tinggi dan rendah maka *persentase* kontrol diri cenderung tinggi.

b. Skala Perilaku Konsumtif

Analisis data deskriptif berguna untuk mengetahui deskripsi data hipotetik (yang mungkin terjadi) dan data empiris (berdasarkan data dilapangan) dari variabel perilaku konsumtif, deskripsi data hasil penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6
Deskripsi Data Penelitian Skala Perilaku Konsumtif

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Kontrol Diri	96	24	60	12	76	25	50,5	8,5

Keterangan Rumus Skor Hipotetik:

Xmin (Skor minimal) = Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban

Xmaks (Skor Maksimal) = Hasil Perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban

M (Mean) = Dengan rumus μ (skor maks+skor min) /2

SD (Standar Deviasi) = Dengan rumus $s = (\text{skor maks}-\text{skor min}) /6$

Berdasarkan tabel 4.6 di atas dari hasil uji coba statistik penelitian, maka analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa skor total minimal adalah 24, maksimal 96, nilai rerata *mean* 60, dan standar deviasi 12, sedangkan secara empirik menunjukkan bahwa skor total minimal adalah 25, maksimal 76, nilai rerata *mean* 50,5, dan standar deviasi 8,5.

Deskripsi data hasil secara empirik dijadikan sebagai batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal).

Berikut ini rumus pengkategorisasian pada skala perilaku konsumtif:

Rendah = $X < M - 1SD$

Sedang = $M - 1SD \leq X < M + 1SD$

Tinggi = $M + 1SD \leq X$

Keterangan:

X = Rentang butir pernyataan

M = Mean (rata rata)

SD = Standar Deviasi

Berdasarkan rumus kategorisasi ordinal yang digunakan, maka didapat hasil kategorisasi skala kontrol diri adalah sebagaimana tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7

Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Persentase (%)
Rendah	$X < 42$	88	25,7%
Sedang	$42 \leq X < 59$	216	63,2%
Tinggi	$59 \leq X$	38	11,1%
Jumlah		342	100%

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, maka hasil kategorisasi perilaku konsumtif pada responden penelitian ini secara data empirik menunjukkan bahwa 88 (25,7%) orang memiliki perilaku konsumtif yang rendah, 216 (63,2%) orang memiliki perilaku konsumtif yang sedang, dan 38 (11,1%) orang lainnya memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Artinya dapat disimpulkan bahwa pada kategorisasi perilaku konsumtif *persentase* yang paling dominan adalah pada kategori sedang, sedangkan jika dilihat pada nilai tinggi dan rendah maka *persentase* perilaku konsumtif cenderung rendah.

2. Uji Prasyarat

a. Uji normalitas sebaran

Uji normalitas sebaran digunakan untuk mengetahui apakah data yang diambil berasal dari populasi yang berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas sebaran menggunakan nilai *skewness* dan *kurtosis*. Batas toleransi nilai *skewness* dan *kurtosis* yang masih dianggap normal adalah antara -1,96 sampai 1,96 namun sering dibulatkan -2 sampai 2. Jika sampel

lebih dari 200 maka nilai *skewness* dan *kurtosis* tidak disarankan menggunakan pembagian antara nilai *skewness* dan *kurtosis* dengan *standart error* (SE). hasil uji normalitas sebaran adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Uji Nomalitas Sebaran

Variabel Penelitian	Nilai Skewness	Nilai Kurtosis
Kontrol Diri	0,361	0,021
Perilaku Konsumtif	-0,138	-0,381

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas sebaran pada variabel kontrol diri diperoleh nilai *skewness* 0,361 dan *kurtosis* 0,021 (masih berada dalam rentang -1,96 sampai 1,96) maka dapat disimpulkan data kontrol diri berdistribusi normal dan memenuhi asumsi uji normalitas sebaran. Sedangkan pada variabel perilaku konsumtif diperoleh nilai *skewness* -0,138 dan *kurtosis* -0,381 (masih berada dalam rentang -1,96 sampai 1,96) maka dapat disimpulkan berdistribusi normal dan memenuhi asumsi uji normalitas sebaran serta data di atas dapat digeneralisasikan pada populasi yang digunakan dalam penelitian ini. Kemudian data ini dapat digunakan untuk uji hipotesis.

b. Uji linieritas hubungan

Uji linearitas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikan mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji linieritas menggunakan *test of linearity*. Variabel dikatakan linier apabila nilai signifikan pada tabel *Linearity* lebih kecil dari 0,05 (Priyatno, 2005).

Hasil uji linieritas hubungan yang dilakukan terhadap dua variabel penelitian ini diperoleh data yang tertera pada tabel 4.9.

Adapun tabel hasil uji linearitas hubungan yaitu:

Tabel 4.9
Hasil Uji Linearitas Hubungan

Variabel Penelitian	<i>F</i> Linearity	p
Kontrol Diri Perilaku Konsumtif	291,414	0,000

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji linearitas hubungan yang dilakukan dengan menggunakan *SPSS 22.00*, diperoleh nilai *F linearity* = 291,414 dan $p = 0,00$ ($p < 0,05$). Hal ini berarti kedua skala memiliki sifat linear dan tidak menyimpang dari garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Artinya data tersebut dapat digunakan untuk uji hipotesis.

3. Uji Hipotesis

Setelah uji prasyarat terpenuhi, langkah selanjutnya adalah dengan melakukan uji hipotesis menggunakan korelasi *product moment* dari *pearson* karena kedua variabel ini berdistribusi normal dan linier. Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry. Hasil analisis hipotesis tersebut dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut:

Tabel 4.10
Uji Hipotesis Data Penelitian

Variabel	<i>r</i>	p
Kontrol Diri Perilaku Konsumtif	-660	0,000

Hasil pada tabel di atas menunjukkan koefisien korelasi sebesar $r = -660$ yang merupakan korelasi negatif, yaitu terdapat hubungan yang negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Hubungan tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku

konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry, sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry. Hal ini berdasarkan dari data kategorisasi yang menunjukkan kontrol diri tinggi dengan nilai *persentase* 18,4% dan perilaku konsumtif rendah dengan nilai *persentase* 25,7%.

Hasil analisis pada penelitian ini juga menunjukkan nilai signifikansi $p= 0,000$ ($p < 0.05$), yaitu ada hubungan yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry, yang artinya hipotesis diterima.

Sedangkan sumbangan relatif hasil penelitian kedua variabel dapat di lihat pada tabel 4.11 berikut:

Tabel 4.11
Analisis Measure of Association

	R^2
Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif	0,436

Berdasarkan tabel *measure of association* diatas menunjukkan bahwa nilai *R Square* (R^2) = 0,436 yang artinya terdapat 43,6% pengaruh kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry, sementara 56,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Artinya kontrol diri tidak menjadi satu-satunya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, namun ada faktor lain seperti faktor budaya, faktor sosial dan lainnya.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-raniry. Setelah dilakukan uji korelasi *product moment* dari Pearson, maka diperoleh koefisien korelasi sebesar $r = -0,660$ dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,05$) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif yang berarti hipotesis yang diajukan diterima. Hubungan tersebut menunjukkan semakin tinggi kontrol diri pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-raniry maka semakin rendah perilaku konsumtif yang muncul, begitu juga sebaliknya semakin rendah kontrol diri pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-raniry maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang muncul.

Berdasarkan hasil data empirik menunjukkan bahwa 54 (15,8%) orang mahasiswa UIN Ar-raniry memiliki kontrol diri yang rendah dalam menggunakan *online shop*, 225 (65,8%) orang mahasiswa UIN Ar-raniry memiliki kontrol diri yang sedang dalam menggunakan *online shop*, dan 63 (18,4%) orang mahasiswa UIN Ar-raniry lainnya memiliki kontrol diri yang tinggi dalam menggunakan *online shop*. Sedangkan hasil kategorisasi perilaku konsumtif menunjukkan bahwa 88 (25,7%) orang mahasiswa UIN Ar-raniry memiliki perilaku konsumtif yang rendah dalam menggunakan *online shop*, 216 (63,2%) orang mahasiswa UIN Ar-raniry memiliki perilaku konsumtif yang sedang dalam menggunakan *online shop*, dan 38 (11,1%) orang mahasiswa UIN Ar-raniry lainnya memiliki perilaku konsumtif yang tinggi

dalam menggunakan *online shop*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry memiliki kontrol diri dan perilaku konsumtif pada kategori sedang. Namun, diantara kategori rendah dan tinggi yang dominan pada variabel kontrol diri adalah kategori tinggi dan pada perilaku konsumtif adalah kategori rendah. Artinya kontrol diri pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry tinggi sedangkan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry rendah.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chita,dkk (2015) dengan judul Hubungan Antara *Self-Control* Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. Hasil penelitian didapatkan bahwa terdapat hubungan antara dukungan *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping produk* fashion pada mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011, dengan uji korelasi Sperman Rank didapatkan nilai $p = 0,000 < \alpha = 0,05$.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian Anggreini dan Mariyanti (2014) dengan judul Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. Penelitian ini menunjukkan korelasi sebesar -0,304 dengan sig 0,002 ($p < 0,05$), artinya ada terdapat hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul.

Hasil analisis *measure of association* menunjukkan bahwa nilai R *Squere* (R^2) = 0,436 yang artinya terdapat 43,6% pengaruh kontrol diri dengan

perilaku konsumtif mahasiswa, sementara 56,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kelas sosial, motivasi, kelompok sosial dan persepsi (Sunyoto, 2012). Hasil penelitian tersebut sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Tripambudi dan Indrawati (2018) bahwa sumbangan efektif dari kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pembelian gadget sebesar 4,3%, sedangkan 95,7% ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diukur dalam penelitian ini.

Hasil lain dalam penelitian ini menunjukkan bahwa antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linear dengan nilai $F = 291,414$ dan $p = 0,00$ ($p < 0,05$) yang berarti kedua skala memiliki sifat linear dan tidak menyimpang dari garis lurus, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut yaitu kontrol diri dengan perilaku konsumtif merupakan dua hal yang saling berpengaruh, sehingga mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan menurunkan tingkat perilaku konsumtif yang muncul.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yaitu pendekatan secara kuantitatif yang digunakan hanya diinterpretasikan ke dalam angka persentase yang kemudian dideskripsikan berdasarkan dari hasil yang diperoleh sehingga tidak mampu melihat secara lebih luas dinamika psikologi yang terjadi. Penyebaran skala juga dilakukan secara *online* melalui *google form* dengan secara membagikan link kuesioner ke grup-grup dan menghubungi secara pribadi melalui aplikasi whatsapp dan instagram. Hal ini dikarenakan

penyebaran skala secara offline tidak dapat dilakukan karena sedang maraknya virus Covid 19.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, maka diperoleh nilai korelasi $r = -0,660$ dengan taraf signifikansi $0,000$ ($p < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan negatif yang sangat signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa pengguna *online shop* di UIN Ar-Raniry. Artinya, semakin tinggi kontrol diri pada mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif yang muncul pada mahasiswa, sebaliknya jika semakin rendah kontrol diri pada mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang muncul pada mahasiswa. Hipotesis yang di ajukan dalam penelitian ini diterima.

B. Saran

Beberapa saran yang dapat peneliti sampaikan untuk kepentingan praktis dan teoritis bagi yang akan meneliti dengan variabel yang serupa adalah:

1. Bagi Mahasiswa

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi bagi mahasiswa sebagai pertimbangan dan pembelajaran agar lebih bijak serta dapat meningkatkan kemampuan mengontrol diri dalam mengambil keputusan dalam berbelanja.

2. Bagi Universitas

Peneliti mengharapkan agar Universitas dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai informasi agar dapat melaksanakan kegiatan-kegiatan seperti

pelatihan yang dapat meningkatkan kontrol diri pada mahasiswa fakultas psikologi khususnya, peneliti juga mengharapkan agar universitas dapat melaksanakan pelatihan yang membahas dampak buruk dari perilaku konsumtif sehingga dapat menyadarkan mahasiswa untuk lebih bijak dalam menggunakan uang bulanan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti mengharapkan agar peneliti selanjutnya lebih memperdalam pengetahuan mengenai kontrol diri dan perilaku konsumtif sehingga dapat menghubungkan faktor-faktor lain yang menjadi indikasi munculnya perilaku konsumtif pada diri seseorang, seperti faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor keluarga, motivasi dan lainnya. Peneliti juga mengharapkan agar peneliti selanjutnya dapat mengambil sampel yang lebih beragam untuk memperluas kajian dan informasi serta dapat menambah dan memperkaya penyajian data yang lebih bervariasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (1995). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Afrida, (2003), *Ekonomi Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Azwar, S. (2000). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pelajar Jogja Offset.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). *Konstruksi Tes Kemampuan Kognitif*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Anggreini, R. & Mariyanti, S. (2014). Hubungan Antara Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*. No, 1.
- Bigne, E., Ruiz, C., & Sanz, S. (2005). The Impact of Internet User Shopping Patterns and Demographics on Consumer Mobile Buying Behaviour. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6 (3), 193.
- Borba, M. (2008). *Membangun Kecerdasan Moral*. PT: Gramedia Pustaka.Utama.
- Chita, Regina CM, Lydia David & Cicilia Pali. (2015). Hubungan antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*. Vol. 3, No. 1: 297-302.
- Fatihudin, D. (2015). *Metode Penelitian*. Sidoarjo: Zifatama Publisher.
- Fitriyani, N. & Widodo, P. B. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*. No, 1.
- Field, A. P. (2009). *Discovering statistics using SPSS: (and sex, drugs and rock "n" roll) (3rd ed)*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Ghufroon, M. Nur & Risnawita, R. S. (2012). *Teori-Teori Psikologi*.Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Lina & Rosyid, H.F. (1997). Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control Pada Remaja Putri. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologika*. No, 4 Tahun II. Universitas Gajah Mada.

- Marliani, R. (2015). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP*. 4 (1).
- Misbahudin, I. H. (2013). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Noor, J. (2012). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Papalia, D. E. Old, S. W., Feldman, & R. D. (2008). *Human Development* (terjemahan A. K. Anwar). Jakarta: Prenada Media.
- Periantalo, J. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi : Asyik, Mudah & Bermanfaat*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Belajar.
- Priyatno. (2011). *Buku Saku Analisis Statistik Data SPSS*. Jogjakarta: Mediakom.
- Santoso, S. (2010). *Mastering SPSS 18*. Jakarta: PT Elex Komputindo.
- Sari, T.Y. (2009). Hubungan Perilaku Konsumtif dengan Body Image pada Remaja. *Skripsi*. Fakultas Psikologi. Universitas Sumatera Utara.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sobirin, A. (2005). Meraih Keunggulan Melalui Pengintegrasian Sumber Daya Manusia dan Perencanaan Strategik, Edisi Khusus. *Jurnal Siasat Bisnis On Human Resources*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap Dalam Iklan: Menerobos Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto. D. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Thalib. S. B. (2010). *Psikologi Pendidikan Berbasis Analisis Empiris Aplikatif*. Jakarta: Kencana Perdana Media Group.

Kemendagri (2018). *Riset Snapchart Pelaku Belanja Online*. Diakses pada 10 Maret 2021, dari <https://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan/>.



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI UIN AR-RANIRY

Nomor : B-08/Un.08/FPsi/Kp.00.4/1/2021

TENTANG

**PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2020/2021
PADA FAKULTAS PSIKOLOGI UIN AR-RANIRY**

DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi Mahasiswa Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021 pada Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry, dipandang perlu menetapkan pembimbing skripsi;
b. Bahwa nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap diberi tugas sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No.20 tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 40 Tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
12. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor: 01 Tahun 2015, tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur PPs di lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
13. Hasil Penetapan Ketua Prodi Psikologi tanggal 4 Januari 2021.
14. Hasil Masukan dari Dosen Pembimbing, dan ditetapkan kembali oleh Ketua Prodi Psikologi UIN Ar-Raniry pada tanggal 14 Maret 2021.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi tentang Pembimbing Skripsi.
- Pertama : Menunjuk Saudara
1. Julianto, S.Ag., M.Si
2. Vera Nova, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Sebagai Pembimbing Pertama
Sebagai Pembimbing Kedua
- Untuk membimbing Skripsi:
Nama : Roza Ulfa
NIM/Prodi : 170901117 / Psikologi
Judul : Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Pengguna Onlir Shop di UIN Ar-Raniry
- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021.
- Keempat : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan, sesuai dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan Surat Keputusan ini.
- Kelima : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 15 Maret 2021 M
1 Sya'ban 1442 H



Tembusan :

1. Rektor UIN Ar-Raniry;
2. Kabag. Keuangan dan Akuntansi UIN Ar-Raniry;
3. Pembimbing Skripsi;
4. Yang bersangkutan.

Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum wr.wb

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Perkenalkan, Saya Roza Ulfa Mahasiswi Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Saat ini saya sedang melakukan penelitian guna menyelesaikan tugas akhir Pendidikan Strata Satu (S1). Untuk itu saya mohon bantuan kepada saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, jika anda memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Mahasiswa UIN AR-raniry (berstatus aktif kuliah)
2. Pengguna Online Shop

Bagi saudara/i yang memenuhi kriteria diatas, kami mohon kesediaannya untuk berpartisipasi mengisi beberapa pernyataan yang ada dalam google form ini. Data dan informasi yang saudara/i berikan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian saja dan dijamin kerahasiaannya.

Semoga Allah membalas bantuan saudara/i yang telah menyediakan waktu luang untuk mengisi google form ini, atas kesediaan dan bantuan saudara/i saya ucapkan terima kasih. Wassalamualaikum wr.wb

Hormat Peneliti

Roza Ulfa

* Wajib

1. Nama/Inisial *

جامعة الرانيري

2. Usia *

3. Jenis Kelamin *

Tandai satu oval saja.

Laki-laki

Perempuan

4. Daerah Asal (Kab/Kota) *

5. Fakultas *

Tandai satu oval saja.

- Fakultas Syariah dan Hukum
- Fakultas Tarbiyah dan Keguruan
- Fakultas Ushuludin dan Filsafat
- Fakultas Dakwah dan Komunikasi
- Fakultas Adab dan Humaniora
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- Fakultas Sains dan Teknologi
- Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan
- Fakultas Psikologi

6. Pernah Menggunakan Online Shop *

Tandai satu oval saja.

- Pernah
- Tidak

7. Menggunakan Lebih Dari Satu Produk Dengan Jenis Yang Sama (Misalnya menggunakan Lebih dari satu produk minyak wangi) *

Tandai satu oval saja.

- Ya
- Tidak

**Kuesioner
Penelitian**

Sebelum mengisi pernyataan dibawah ini, mohon dibaca dan dipahami terlebih dahulu petunjuk pengerjaan kemudian pilihlah salah satu dari pilihan jawaban yang tersedia. Pilih jawaban yang paling mendekati atau menggambarkan diri anda saat ini. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuesioner ini, sehingga saudara/i diharapkan dapat mengisi jawaban sesuai dengan yang dilakukan selama ini.

8. Saya membeli barang yang memberikan voucher hadiah *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

9. Saya tidak mampu mengatur keuangan untuk membeli barang disaat uang menipis *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

10. Saya membeli produk pakaian meskipun tidak mewah *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

11. Saya tetap menjaga perilaku walaupun diberi kebebasan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
- Sesuai
- Tidak Sesuai
- Sangat Tidak Sesuai

12. Saya dapat menahan untuk tidak berbelanja agar dapat menghemat uang bulanan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
- Sesuai
- Tidak Sesuai
- Sangat Tidak Sesuai

13. Saya membeli produk fashion yang sedang kekinian agar dapat terlihat menarik *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
- Sesuai
- Tidak Sesuai
- Sangat Tidak Sesuai

14. Saya tidak dapat berpikir positif terhadap omongan orang yang menjelekkan saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

15. Saya mencoba produk fashion yang diiklankan oleh public figure *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

16. Saya membeli barang apabila ada diskon *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

17. Saya mampu mengontrol keuangan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

18. Saya membeli tas yang mahal demi menjaga status sosial saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

19. Saya tidak dapat menjaga perilaku saat jauh dari orang tua *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

20. Saya dapat mengatur keuangan dengan baik, agar digunakan sesuai dengan kebutuhan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

21. Saya membeli jam tangan baru agar dapat menarik perhatian orang lain *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

22. Saya mampu memilih keputusan yang baik untuk diri saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

23. Saya tidak tertarik memakai produk elektronik yang ditawarkan oleh public figure di tv *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

24. Saya tidak terpengaruh untuk membeli produk yang menawarkan hadiah *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

UIN
جامعة الرانيري
AR-RANIRY

25. Dalam mengambil keputusan, saya menjadikan pengalaman masa lalu sebagai pertimbangan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

26. Saya melakukan segala hal termasuk menghabiskan uang untuk mendapatkan status sosial *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

27. Saya tidak mampu mengontrol untuk tidak terpengaruh dengan pergaulan buruk *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

28. Saya membeli pakain meskipun tidak terlihat menarik didepan orang lain *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

29. Saya tidak dapat menahan keinginan untuk berbelanja *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

30. Saya sangat bergantung pada orang lain sehingga sulit untuk menentukan keputusan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

31. Saya tidak harus membeli barang yang ditawarkan oleh public figure *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

32. Saya sulit menentukan kebutuhan mana yang harus dibeli *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

33. Saya tidak membeli barang walaupun menawarkan bonus *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

34. Saya tidak membeli smartphone yang mahal demi menaikkan status sosial *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

35. Saya mencoba produk fashion yang diiklankan agar dapat percaya diri *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

36. Saya tidak membeli smartphone mahal untuk menarik perhatian orang lain *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

37. Saya seringkali membeli barang yang tidak saya butuhkan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

38. Saya menggunakan lebih dari 1 smartphone *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

39. Saya dapat mengontrol diri untuk tidak berbelanja secara berlebihan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

Kuesioner Penelitian

40. Saya tidak berpikir panjang saat berbelanja *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

41. Saya mudah terpengaruh membeli barang karena kemasannya menarik *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

42. Saya membeli barang yang saya butuhkan meskipun tidak menaikkan status sosial saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

43. Saya lebih senang menabung daripada membeli sesuatu yang tidak perlu *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

44. Saya hanya membeli produk yang mewah *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

45. Saya dapat menahan untuk tidak membeli barang kosmetik saat uang bulanan menipis *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

46. Saya dapat memutuskan untuk menggunakan uang bulanan sebaik mungkin *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

47. Saya membeli baju baru agar dapat menumbuhkan rasa percaya diri *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

48. Saya tidak memikirkan perkataan negatif orang lain kepada saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

49. Saya membeli semua barang yang dikemas menarik walaupun tidak saya butuhkan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

50. Saya membeli produk fashion yang dipakai idola saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

51. Saya tidak dapat menyisihkan uang untuk disimpan, ketika diberi uang bulanan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

52. Saya hanya menggunakan barang yang branded *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

53. Saya dapat mengontrol diri agar tidak boros dalam menggunakan uang *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

54. Saya tidak menggunakan lebih dari 1 jenis produk shampo meskipun dengan merek yang berbeda *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

55. Saya membeli baju baru karena saya butuhkan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
- Sesuai
- Tidak Sesuai
- Sangat Tidak Sesuai

56. Saya membeli barang yang saya butuhkan, meskipun kemasannya tidak menarik *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
- Sesuai
- Tidak Sesuai
- Sangat Tidak Sesuai

57. Saya membeli semua tas yang digunakan tokoh favorit saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
- Sesuai
- Tidak Sesuai
- Sangat Tidak Sesuai

UIN
جامعة الرانيري
AR-RANIRY

58. Saya membeli produk fashion untuk memperindah penampilan fisik agar lebih percaya diri *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

59. Saya tidak membeli barang yang mahal hanya untuk terlihat mewah *

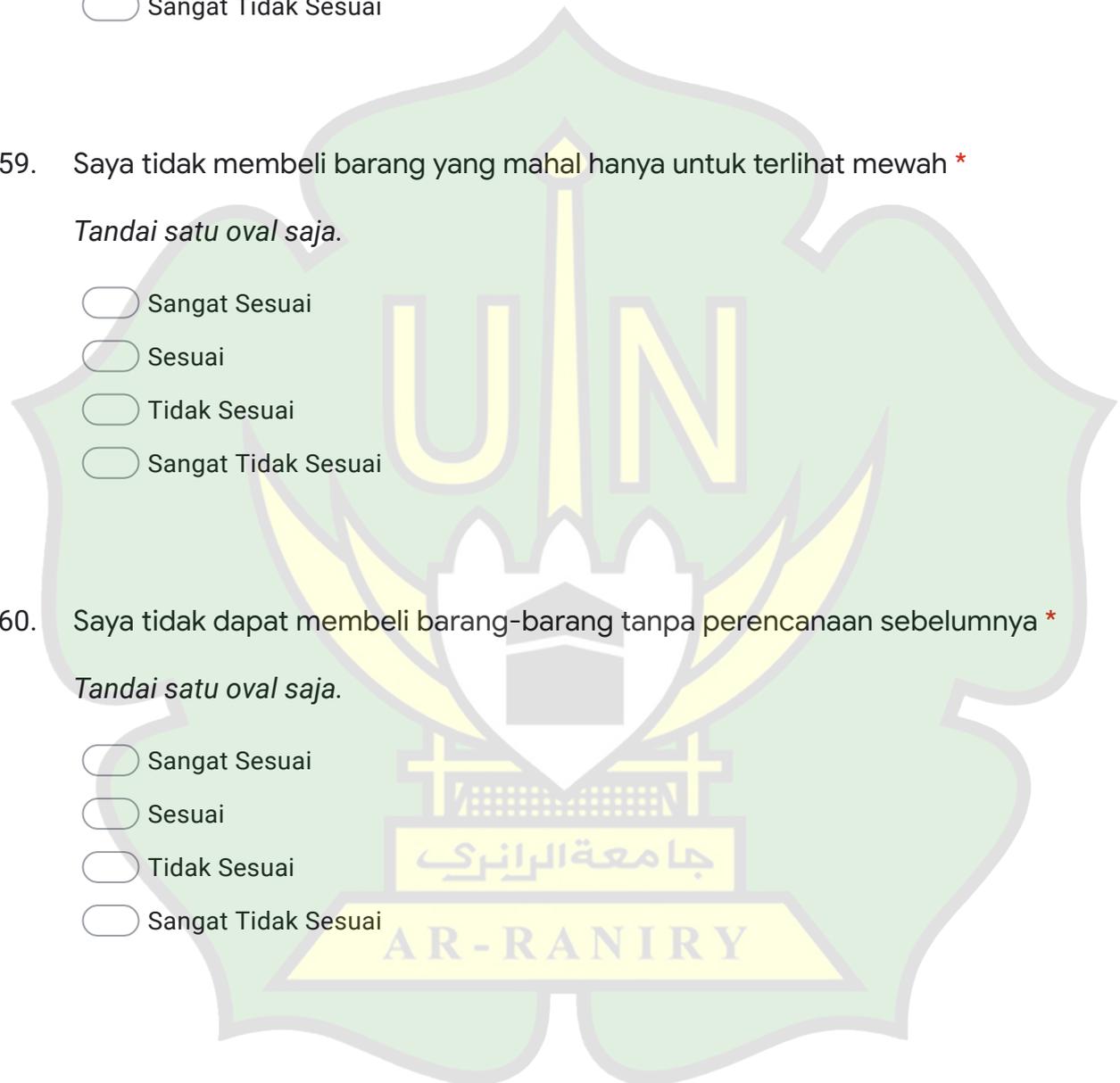
Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

60. Saya tidak dapat membeli barang-barang tanpa perencanaan sebelumnya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai



61. Saya tidak dapat memutuskan untuk membeli barang yang paling saya butuhkan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

62. Saya membeli produk fashion meskipun tidak dapat memperindah penampilan fisik saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

63. Saya sangat mudah terbawa pikiran, disaat orang lain berpikir negatif kepada saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

64. Saya tidak mudah terbujuj ajakan teman untuk membeli barang yang dikemas unik *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

65. Saya tidak harus menggunakan jasa perawatan gigi yang dipakai oleh artis terkenal *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

66. Saya membeli tas baru karena saya butuhkan meskipun tidak menunjang penampilan saya *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

67. Saya dapat mengontrol untuk tidak membeli barang yang sedang diskon di pasar *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

68. Saya tidak membeli, barang jika barang sebelumnya belum habis digunakan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

69. Saya tidak dapat menentukan jalan untuk mencapai apa yang saya inginkan *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

70. Saya membeli tas baru meskipun tas lama belum rusak *

Tandai satu oval saja.

- Sangat Sesuai
 Sesuai
 Tidak Sesuai
 Sangat Tidak Sesuai

Konten ini tidak dibuat atau didukung oleh Google.

Google Formulir



Tabulasi Skala Kontrol Diri

KD1(F)	KD2(F)	KD4(F)	KD3(F)	KD6(U)	KD7(F)	KD8(F)	KD10(U)	KD11(U)	KD12(F)	KD13(U)	KD14(U)	KD17(U)	KD18(U)	KD19(U)	KD21(U)	KD22(U)	KD23(F)	KD25(U)	KD27(U)	Total
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	76
3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	60
4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	71
3	4	3	3	4	4	4	3	2	3	2	4	3	4	3	3	1	4	4	2	63
2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	53
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	4	3	61
2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	43
3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	55
4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	4	4	2	68
3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	4	2	3	3	1	2	4	4	2	59
4	4	4	4	1	4	4	3	2	4	3	1	1	4	1	4	4	4	3	3	62
3	4	3	4	3	3	3	3	3	1	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	61
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	61
2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	3	50
4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	70
3	3	4	3	2	3	4	4	4	3	2	4	2	2	1	4	2	2	2	2	56
4	4	4	4	1	4	4	3	3	4	2	4	2	1	4	2	4	4	4	3	65
2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	54
3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	59
2	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	3	2	3	2	4	2	55
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	53
2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	54
2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	53
4	2	2	4	3	3	3	2	1	3	1	4	2	4	3	2	1	4	2	1	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	2	3	2	2	3	4	2	54
3	3	4	3	2	3	3	2	4	3	3	2	1	2	1	2	1	4	2	2	50
3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	59
3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	51
3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	48
3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	4	1	4	4	1	1	3	4	61
3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	57

4	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	64
4	4	4	3	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	72
2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	1	4	2	1	1	3	2	2	2	3	40
4	3	4	3	2	4	3	1	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	41
3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	1	4	3	1	3	3	1	4	4	1	61
3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	52
3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	66
4	4	4	4	3	4	4	1	1	4	1	3	3	1	3	1	1	4	1	1	52
3	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	2	4	3	3	1	3	3	3	60
4	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	65
3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	51
3	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	4	4	1	3	4	2	2	4	3	51
3	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	4	4	1	3	4	2	2	4	3	51
2	4	4	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	4	3	2	3	2	3	2	54
3	4	3	3	4	1	2	4	2	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	66
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	78
3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	62
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	4	2	56
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	64
4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	65
2	4	3	3	2	3	1	4	2	1	3	3	2	4	2	3	2	3	4	2	53
2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	44
3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	56
4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
3	3	3	4	2	4	3	2	2	4	3	2	2	3	2	2	3	4	2	3	56
3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	55
3	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	69
3	3	3	3	2	4	2	3	3	4	1	3	3	4	2	2	1	2	3	4	55
3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	2	2	2	3	2	3	3	2	53
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	60
3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	71
4	4	4	3	1	4	2	2	1	3	2	1	2	3	4	3	2	2	3	2	52
3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	62
3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	4	2	2	52
2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	47

3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	59
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	78
2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	34
3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	52
3	3	3	3	1	3	3	2	1	3	2	4	2	2	3	3	2	3	4	3	53
3	2	3	4	3	3	1	2	3	4	2	3	1	2	4	2	2	2	1	4	51
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	63
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	55
3	3	4	2	2	2	3	2	1	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	50
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	57
2	2	2	1	1	2	1	2	3	2	2	3	1	2	1	2	1	2	3	2	37
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	4	3	48
3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	1	44
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3	67
3	3	2	4	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	61
1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	2	4	2	1	1	1	2	2	4	2	36
4	4	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	2	3	2	3	4	4	2	2	55
3	2	3	2	2	4	3	3	1	2	3	2	3	3	2	3	4	3	2	3	53
3	4	4	4	3	4	3	4	1	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	67
2	4	1	4	1	4	2	1	1	4	4	1	2	1	2	1	3	2	4	4	48
3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	49
4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	1	2	4	1	2	1	1	2	2	1	49
4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	72
4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	76
3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	3	4	70
3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	1	1	3	2	3	3	3	52
4	4	3	4	4	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	3	54
3	4	4	2	1	4	3	3	2	3	1	4	2	3	3	2	1	2	3	1	51
3	3	3	1	4	3	3	4	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	1	57
3	3	4	3	2	4	3	3	2	4	1	4	2	2	2	3	3	3	2	3	56
2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	4	3	2	3	2	1	1	4	2	2	49
2	4	3	3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	2	2	2	2	4	2	1	50
3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	4	2	2	50

2	3	3	2	1	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	50
3	4	3	3	4	4	3	1	3	2	2	1	3	1	2	3	2	4	2	4	54
4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	72
3	3	3	4	2	3	3	1	3	2	2	3	1	1	2	3	3	3	3	1	49
3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	56
3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	2	3	4	2	1	2	3	2	1	4	45
3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	50
2	4	2	2	2	4	3	2	4	4	2	4	2	2	1	3	2	2	4	2	53
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	53
2	3	2	1	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	49
3	4	1	4	2	4	1	2	1	3	3	1	1	2	1	1	2	4	1	1	42
3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	52
3	4	3	3	1	4	3	2	2	4	2	2	1	1	2	2	2	4	2	2	49
4	3	3	2	2	3	4	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	54
4	4	4	3	1	4	2	2	1	3	2	1	2	3	4	3	2	2	3	2	52
4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	72
3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	63
3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	63
3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	2	2	3	2	4	4	2	60
2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	48
3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	63
3	2	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	52
3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	48
2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	56
3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	62
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	2	1	3	4	2	3	4	3	65
4	4	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	4	2	2	2	2	4	3	3	60
3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	3	57
3	3	4	4	3	4	3	2	2	4	3	3	2	4	3	2	4	4	3	4	64
4	3	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	2	61
3	3	2	4	2	3	3	2	2	3	4	1	2	1	2	2	2	2	3	1	47
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	60
2	3	2	2	2	2	1	2	4	3	3	4	3	2	1	4	3	3	3	2	51
3	3	3	3	2	3	3	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	53

3	4	3	3	2	3	3	2	1	4	3	3	2	1	2	4	4	3	4	2	56
3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	68
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	56
2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	46
4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	75
3	2	2	3	3	3	3	1	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	2	3	53
4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	67
3	2	4	2	4	3	4	1	1	4	1	3	1	2	2	4	2	4	2	2	51
4	3	3	4	3	4	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	4	2	2	53
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	53
4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	2	4	4	3	65
3	3	3	3	2	4	3	2	2	3	3	3	3	4	2	2	4	3	2	3	57
2	3	2	2	1	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	77
3	4	3	4	4	3	3	2	1	3	2	2	3	3	4	2	3	4	4	1	58
4	4	3	3	1	3	4	1	1	4	2	2	2	1	2	3	2	3	4	2	51
3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	69
3	3	4	3	2	4	2	4	1	4	3	3	1	3	2	3	3	3	4	3	58
3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	64
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	66
4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	4	68
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	2	57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80
4	2	3	3	2	2	3	2	2	4	1	3	3	1	3	2	3	4	3	1	51
3	4	2	4	4	4	1	2	2	4	2	3	3	4	3	2	2	4	1	2	56
3	4	1	2	2	3	2	2	2	3	2	3	1	1	2	2	2	4	3	1	45
3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	1	2	4	2	3	4	2	3	2	2	57
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	59
2	1	1	4	1	4	2	4	4	3	2	4	1	4	2	1	1	1	2	1	45
4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	75
4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	75
3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	57
2	4	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	1	2	2	1	2	3	1	1	47
4	4	3	4	3	2	2	4	4	4	1	2	1	1	3	3	3	2	3	1	54

3	4	3	1	2	3	4	3	1	4	3	3	3	3	3	1	3	4	2	3	56
1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	4	2	2	1	3	1	1	2	1	4	34
4	4	3	2	2	2	4	2	1	3	4	2	4	2	3	3	1	1	3	1	51
4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	72
3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	1	2	3	3	2	2	4	2	2	49
4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	67
3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	62
3	3	3	4	3	4	3	3	1	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	62
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	47
4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	4	2	67
2	3	3	2	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	60
3	3	2	4	1	1	4	1	3	4	1	3	2	2	1	1	1	2	1	2	42
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	52
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
4	3	4	3	3	3	3	3	1	3	2	3	2	2	3	4	1	3	4	2	56
4	4	4	4	4	4	4	3	2	1	4	4	4	3	1	4	4	4	4	3	69
4	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	64
4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	74
3	1	4	3	4	3	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	69
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	59
3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	2	4	2	3	1	3	2	3	4	2	56
4	4	3	4	3	4	4	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	65
4	2	4	4	2	3	3	2	1	2	1	1	3	4	3	3	1	2	1	1	47
3	4	3	1	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	3	54
3	4	1	4	3	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	1	4	4	1	2	56
4	4	3	4	3	1	3	1	1	3	3	4	2	3	2	3	2	3	2	1	52
4	3	4	3	4	4	4	4	2	3	2	1	4	3	2	1	3	2	2	1	53
4	3	3	3	3	2	4	2	3	3	2	4	1	3	3	3	1	3	3	1	54
4	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	1	1	3	3	2	4	1	2	47
3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	1	3	2	1	4	2	2	4	1	3	50
4	4	3	3	1	3	4	2	1	3	2	4	2	2	3	1	1	4	2	1	50
3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	1	3	4	3	2	1	2	3	1	1	49
4	3	4	2	3	3	3	1	2	3	2	3	1	1	2	2	1	4	2	1	47
4	3	4	4	1	3	2	2	2	4	1	2	3	3	2	3	2	3	2	1	51

3	3	4	3	1	3	2	1	3	4	2	3	2	2	2	1	3	2	2	3	49
4	3	4	3	2	2	4	2	2	3	3	2	2	2	1	3	2	2	2	1	49
3	3	4	3	2	2	4	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	4	2	1	55
3	2	4	2	2	3	4	3	2	4	2	3	3	1	2	2	4	3	2	1	52
2	4	4	2	3	3	3	2	1	3	3	3	2	1	2	2	3	2	3	3	51
3	3	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	60	
1	4	4	2	4	1	4	4	1	4	2	2	1	3	4	4	1	1	3	1	51
2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	50
1	3	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	58
3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	51
2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	3	4	2	2	2	4	1	3	4	3	47
1	1	2	3	3	2	4	4	1	3	1	2	3	1	3	1	1	2	2	2	42
2	3	1	2	4	3	1	4	3	2	4	3	3	4	3	1	2	3	2	2	52
3	3	4	4	2	4	4	1	3	4	1	3	1	4	4	3	4	3	3	2	60
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	59
4	4	1	2	3	4	1	3	3	4	2	2	4	1	1	2	3	1	1	2	48
4	3	3	2	1	3	3	2	2	1	4	2	1	1	2	3	1	4	2	4	48
2	3	2	3	4	2	3	4	2	1	1	3	1	1	3	3	1	3	3	2	47
4	3	4	3	3	3	4	3	1	4	3	3	1	3	3	2	2	3	3	2	57
3	3	3	3	2	1	3	4	3	2	3	4	2	1	3	4	1	2	4	2	53
4	2	3	2	2	2	3	3	2	1	1	2	4	2	3	2	1	3	3	2	47
3	3	4	2	4	4	4	1	2	2	4	1	1	1	3	3	2	3	2	2	51
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	57
4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
3	1	3	2	1	3	3	1	1	2	1	2	3	2	3	3	2	2	1	1	40
4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	65
3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	59
3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	1	2	2	4	3	58
4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	1	4	4	4	2	67
4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	75
3	3	4	2	1	4	3	1	1	3	2	2	1	3	2	3	1	3	1	2	45
3	2	3	3	3	2	3	3	1	2	1	2	3	3	2	1	1	3	2	1	44
4	1	2	3	2	3	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	45
4	3	3	2	2	4	3	2	2	2	4	3	3	1	2	3	3	4	2	2	54

3	3	4	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	4	3	3	49
3	2	3	3	2	4	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	3	3	2	43
3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	1	3	1	2	1	2	2	2	2	1	46
2	3	2	4	4	3	1	2	4	4	1	2	3	4	2	2	2	2	1	3	51
2	4	2	4	3	3	3	3	1	4	4	1	1	4	3	3	2	3	4	3	57
2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	2	2	1	4	2	2	4	47
3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	4	3	60
4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	66
2	3	4	4	2	3	3	2	3	4	2	2	3	1	2	2	2	4	3	1	52
3	4	3	3	1	3	3	1	4	1	4	4	4	3	2	3	4	2	3	4	59
3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	63
3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	46
4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	2	4	4	3	70
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	72
3	2	2	3	3	3	1	2	3	1	4	3	2	3	1	4	2	3	4	3	52
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
3	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	3	4	1	3	4	3	4	4	66
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	61
4	4	4	4	3	4	4	1	1	4	1	3	1	1	2	1	1	4	1	1	49
3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	3	4	3	2	2	4	1	1	3	2	51
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	61
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	52
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	62
2	3	2	2	2	1	3	3	1	2	4	3	2	2	3	4	2	3	1	2	47
3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	55
3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	4	3	4	3	2	3	3	3	60
3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
4	1	3	1	2	4	2	4	4	1	4	4	3	4	4	2	4	4	1	4	60
3	4	4	3	4	4	2	3	3	4	1	4	1	3	4	3	3	4	4	3	64
4	1	4	2	1	4	3	2	3	4	1	4	2	1	1	1	1	1	2	2	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	77
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	3	75
4	3	4	2	3	4	4	1	4	4	2	4	4	2	4	4	3	2	4	2	64
4	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	2	2	3	4	2	1	3	3	2	59
3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	1	3	4	4	4	3	4	70

2	3	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	52
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	61
3	4	4	3	2	4	3	1	3	1	4	4	1	1	4	4	3	2	4	1	56
4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	2	3	4	4	1	3	4	4	4	4	69
2	2	2	3	3	4	3	1	2	2	3	4	1	4	3	2	1	2	3	1	48
4	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	2	4	60
3	4	4	3	3	3	3	3	3	1	4	4	4	2	4	3	2	4	3	4	63
2	3	4	4	4	4	1	2	4	1	2	2	2	1	4	4	3	1	4	2	54
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	59
4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	3	2	4	3	1	3	3	4	4	3	65
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	61
4	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	76
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	60
4	3	4	2	1	4	4	1	2	4	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	42
3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	4	4	2	2	1	3	2	2	4	2	52
2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	1	4	1	4	4	2	1	4	1	1	56
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	59
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	59
4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	75
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	59
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	2	59
3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	58
3	3	4	4	1	4	3	3	2	3	3	1	2	1	4	1	3	1	1	1	48
2	3	3	2	4	4	2	2	3	3	3	3	4	2	4	2	3	4	2	4	59
3	3	1	2	1	4	2	1	2	3	2	3	2	1	1	2	4	4	4	3	48
4	3	4	3	4	3	1	3	3	4	2	2	3	1	1	1	1	3	1	1	48
1	3	3	2	3	2	4	1	1	1	1	2	2	1	3	3	1	3	4	1	42
4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	3	4	3	4	4	1	69
4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	65
4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	1	1	61

AR-RANTRY

Tabulasi Skala Perilaku Konsumtif

PK 1(UF)	PK3 (UF)	PK4 (UF)	PK5 (F)	PK6 (F)	PK7 (UF)	PK8 (UF)	PK9 (F)	PK 10(UF)	PK 13(F)	PK 14(F)	PK 15(UF)	PK 16(F)	PK 17(UF)	PK 19(F)	PK 20(F)	PK 24(F)	PK 25(F)	PK 26(F)	PK 29(F)	PK3 0(UF)	PK 31(F)	PK 33(UF)	PK 35(F)	TOTAL
1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	32
1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	3	1	2	2	2	1	1	2	37
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	28
2	2	2	1	1	2	3	2	1	1	1	2	1	1	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	37
2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	1	3	1	3	49
2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	46
2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	42
2	2	1	3	2	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	1	1	2	2	1	1	2	50
2	2	2	4	1	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	48
2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	1	3	34
2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	47
1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	31
2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	45
3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	47
2	2	2	2	1	2	4	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	49
2	2	2	3	1	2	4	3	1	2	1	2	2	4	1	3	2	3	1	3	2	2	2	2	49
3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	1	2	3	2	3	2	3	56
1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	3	1	1	1	2	2	2	1	2	32
1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	1	2	2	3	3	2	3	46
3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	50
1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	3	3	2	1	1	3	1	2	3	3	2	2	2	40
2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	50

1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	1	2	2	3	3	2	3	46
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	46
2	2	2	1	3	2	3	4	1	3	2	3	2	3	4	4	3	2	2	2	3	3	1	3	55
2	2	1	2	1	1	2	2	3	2	1	3	4	1	3	1	3	2	2	3	3	3	2	3	49
3	2	2	4	3	2	3	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	60
2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	40
2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	48
3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	58
1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	3	1	3	28
2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	50
1	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	4	2	2	3	1	2	1	2	45
1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	3	1	1	1	2	3	1	1	3	3	3	1	3	37
1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	32
1	1	1	3	4	1	3	4	3	3	4	1	3	2	4	3	3	4	3	2	1	1	2	1	59
1	1	1	1	1	1	1	4	1	4	1	1	4	1	4	4	2	4	1	3	1	2	1	2	47
3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	57
1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	28
1	1	1	4	4	1	1	4	1	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	64
2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	36
1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	49
3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	58
2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	3	4	2	1	2	3	2	1	2	3	3	1	3	43
2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	3	4	2	1	2	3	2	1	2	3	3	1	3	43

3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	1	2	3	2	3	2	3	56
3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2	1	1	2	1	2	3	4	2	2	2	37
4	3	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	3	4	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	53
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	49
3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	3	2	4	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	51
3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	42
1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	3	2	3	31
2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	46
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	46
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	46
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	46
2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	46
2	2	1	4	1	1	1	3	1	2	2	3	3	1	3	2	3	2	1	2	3	3	2	3	48
4	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	3	3	2	1	3	1	2	3	2	2	2	2	46
1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	46
2	2	2	4	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	2	43
2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	3	1	1	1	3	2	2	2	2	2	2	2	41
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	46
3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	54
2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	36
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	50
4	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	3	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	39
1	2	1	3	2	1	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	48

2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	46
3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3	3	2	4	4	2	4	70	
2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	2	47	
4	2	2	1	4	2	1	1	1	1	1	2	3	1	3	1	4	1	3	4	2	3	1	3	48	
2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	51	
3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	51	
3	2	2	3	4	2	2	4	2	4	4	1	3	2	2	3	4	3	4	3	1	3	2	3	64	
2	1	3	3	2	3	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	1	3	1	2	2	1	2	1	49	
2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	43	
1	3	2	1	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	3	54	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	45	
1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	3	2	2	1	2	1	2	3	1	2	2	2	39	
1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	2	4	3	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1	35	
3	1	1	2	4	1	1	2	1	3	1	4	4	1	4	1	4	4	1	4	4	3	1	3	55	
3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	48	
2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	54	
3	3	4	1	3	4	1	2	2	4	4	2	1	3	4	2	2	4	4	4	4	2	4	1	4	62
2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	36	
2	1	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	46	
1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	3	2	2	1	2	35	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44	
1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	3	3	2	3	45	
2	2	2	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	2	3	65

2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	46
2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	3	1	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	40
3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	50
1	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	3	2	3	45
2	2	2	3	1	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	44
1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	4	1	2	1	1	2	3	2	1	2	35
1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	2	1	3	2	1	2	3	1	3	2	3	46
3	3	3	1	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	54
1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	37
4	2	1	4	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	76
2	3	1	3	2	1	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	55
2	2	2	3	1	2	3	3	1	3	3	4	4	3	2	3	4	4	2	3	4	2	2	2	60
1	2	2	2	1	2	1	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	1	2	1	2	35
1	2	4	1	1	4	1	1	2	1	1	1	1	4	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	33
1	1	1	1	1	1	2	3	1	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	43
2	2	1	3	2	1	2	2	3	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	49
2	2	2	2	1	2	4	3	1	3	3	1	4	1	1	3	4	3	3	3	3	1	2	2	53
1	3	2	4	3	2	2	4	1	3	1	1	2	2	4	3	3	4	2	3	1	3	1	3	57
3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	1	2	3	2	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	62
2	3	2	2	3	2	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	62
1	1	2	2	1	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	2	2	3	3	3	2	54
2	3	2	4	3	2	1	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	56
3	2	2	3	4	2	2	3	3	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	3	1	3	1	3	55

2	2	2	4	4	2	3	4	3	3	2	3	3	1	3	2	3	1	2	3	3	3	3	61
3	1	2	1	3	2	1	3	3	3	2	1	4	4	4	3	4	2	1	1	1	3	3	55
1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	1	1	2	1	4	1	37
3	2	1	4	2	1	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	56
2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	53
2	2	2	3	2	2	1	1	2	3	2	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	4	53
2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	58
1	4	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	37
2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	51
3	3	2	2	2	2	4	2	4	2	1	2	2	3	3	1	1	2	2	2	2	2	4	52
1	1	3	3	4	3	1	3	1	4	4	1	4	2	3	3	4	4	4	4	4	1	4	63
2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	1	4	2	3	2	3	2	3	4	1	4	1	57
2	1	1	4	3	1	1	3	2	4	3	2	4	1	4	3	4	3	3	4	2	3	2	60
4	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	52
1	3	1	1	4	1	2	3	1	4	3	2	4	1	4	3	3	3	2	3	2	4	1	57
1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	1	1	2	1	4	1	37
4	3	2	3	1	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	52
4	3	2	3	1	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	52
1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	3	1	2	1	2	33
4	2	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	3	1	2	4	2	2	2	2	2	2	1	49
4	3	2	3	1	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	52
3	2	2	2	3	2	1	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	58
2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	57

1	2	2	3	1	2	1	2	1	1	1	3	3	1	2	1	3	1	1	3	3	2	2	2	41
1	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	3	1	1	2	2	2	2	2	33
2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	49
2	4	1	3	2	1	3	4	4	4	2	1	3	2	4	3	3	3	3	3	1	3	2	3	63
2	2	1	2	1	1	1	3	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	3	2	2	2	2	38
1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	4	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	31
2	2	1	4	1	1	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	2	4	53
2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	47
3	1	2	4	3	2	1	4	1	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	1	4	60
3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	3	50
1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1	30
2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	48
2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2	1	4	1	3	1	2	1	2	1	1	2	1	2	40
1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	27
2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	49
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	47
1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	36
2	2	1	4	2	1	2	3	2	3	2	3	4	2	3	2	4	2	2	4	3	4	2	4	59
1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	3	2	3	3	31
3	2	1	3	3	1	2	3	3	4	3	1	3	1	1	3	4	4	3	4	1	3	3	3	60
2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	50
2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	56
1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	31

2	2	1	3	3	1	3	3	2	4	2	2	3	2	2	3	3	3	1	2	2	3	3	3	55
2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	1	3	3	2	2	2	3	2	1	3	3	3	2	3	47
2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	31
3	3	1	3	1	1	2	1	2	1	1	1	3	2	1	1	3	1	1	2	1	2	1	2	39
2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	4	1	3	3	3	3	2	4	2	4	1	4	49
1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	30
2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	37
1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	46
2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	44
2	3	2	3	1	2	1	3	4	3	2	1	3	1	1	3	2	1	1	2	1	3	2	3	47
2	3	2	2	3	2	2	2	2	4	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	50
1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
1	2	2	2	4	2	1	3	3	3	4	2	3	1	2	3	2	4	4	2	2	3	2	3	57
1	3	1	2	2	1	4	4	1	4	4	2	4	1	4	3	2	3	3	2	2	3	2	3	60
3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	4	2	4	4	3	4	4	4	2	3	2	3	59
2	3	3	2	4	3	3	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	74
2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	49
1	3	3	3	1	3	1	1	2	4	3	1	4	4	1	1	1	1	1	3	1	4	1	4	48
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	2	3	1	2	1	2	32
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	2	1	2	32
3	2	1	2	2	1	1	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	1	3	4	1	4	50
1	3	1	4	3	1	1	4	3	4	4	2	4	3	4	4	2	3	3	3	2	4	3	4	67

1	3	3	4	3	3	1	3	1	3	1	2	3	3	2	2	4	3	2	3	2	2	3	2	56
2	1	2	4	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	4	2	3	4	4	2	2	1	2	53
4	2	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	2	4	2	4	1	3	4	1	4	4	3	4	68
1	3	3	4	3	3	1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	1	4	3	4	4	1	4	69
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	4	1	1	1	1	4	3	4	33
3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	60
1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	29
2	2	2	1	1	2	1	2	3	1	1	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	38
2	2	2	1	1	2	1	2	3	1	1	2	3	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	33
1	1	2	1	1	2	4	2	1	1	1	2	3	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	44
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44
2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	42
2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	4	1	4	40
3	1	1	1	1	1	1	2	3	4	1	3	2	1	2	2	1	2	1	1	3	2	3	2	63
4	1	3	2	4	3	1	4	1	4	2	3	4	1	2	4	4	4	2	4	3	2	3	2	53
2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	47
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	55
2	3	3	2	1	3	3	4	3	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	30
1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	3	1	3	35
2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	3	2	1	1	3	1	1	1	2	2	2	2	27
1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	42
4	4	4	1	1	4	2	1	4	1	1	2	3	4	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	45
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	51
2	2	1	3	1	1	2	3	2	1	2	2	4	1	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	

2	2	1	3	1	1	1	3	1	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	2	3	1	3	43
2	2	1	3	3	1	1	2	2	4	3	2	3	2	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	57
1	2	2	3	3	2	1	1	2	1	4	1	4	2	3	2	2	4	2	3	1	2	2	2	48
3	3	2	3	3	2	4	3	1	2	3	2	4	2	3	3	3	4	2	3	2	3	1	3	59
2	1	1	3	3	1	3	4	3	2	3	1	3	2	3	2	2	3	3	2	1	3	1	3	55
3	2	2	3	3	2	3	3	1	3	4	1	4	2	2	2	2	2	2	4	1	3	3	3	58
3	2	1	3	3	1	2	3	1	4	4	1	2	3	4	4	3	4	3	4	1	3	2	3	61
3	1	1	4	3	1	3	4	1	4	3	1	4	3	3	3	4	3	4	4	1	3	2	3	65
2	3	2	3	1	2	3	4	1	3	1	1	2	3	3	4	3	3	2	4	1	2	2	2	55
4	1	1	3	3	1	2	4	2	3	3	2	4	1	3	4	3	2	3	2	2	4	2	4	60
1	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	4	4	3	3	3	2	3	1	51
1	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	2	2	2	56
2	2	1	3	3	1	2	4	2	3	3	1	3	3	2	2	4	3	4	2	1	4	1	4	59
3	3	1	3	2	1	2	4	2	2	3	1	4	3	3	3	3	3	3	4	1	4	1	4	61
1	3	3	4	4	3	1	3	3	4	4	1	3	4	3	4	4	1	3	2	1	3	1	3	60
3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	4	1	4	2	3	3	2	4	3	3	1	4	3	4	61
3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	1	2	2	3	2	3	2	3	4	2	4	59
2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	49
2	2	2	3	1	2	2	3	2	2	2	1	3	2	1	2	3	2	3	3	1	3	2	3	50
4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	1	2	4	1	4	1	4	1	65
2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	55
2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	2	3	3	4	2	2	2	58
1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	40

2	2	2	4	1	2	1	2	3	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	4	2	4	43
3	2	4	3	2	4	2	3	3	4	2	4	3	1	3	1	1	3	4	1	4	3	2	3	60
2	4	3	3	4	3	2	4	4	4	3	1	2	2	2	4	4	1	3	3	1	3	1	3	61
1	2	2	2	3	2	2	4	4	2	3	2	3	1	2	3	3	2	4	2	2	3	3	3	57
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	45
4	1	3	3	2	3	2	1	1	3	2	4	2	3	3	3	3	1	1	4	4	4	1	4	52
4	2	2	2	1	2	2	3	1	2	1	1	2	2	2	1	4	3	3	2	1	2	1	2	48
3	2	4	2	2	4	3	1	3	4	4	4	4	1	2	1	1	1	4	3	4	4	4	4	61
1	1	1	1	2	1	1	3	2	3	2	3	2	1	3	2	4	2	2	3	3	4	1	4	48
4	4	2	2	1	2	4	4	3	2	1	4	3	4	2	1	3	1	2	3	4	2	1	2	59
4	1	3	2	3	3	3	3	4	4	2	3	2	2	1	2	3	2	3	2	3	2	1	2	54
1	2	1	2	3	1	2	3	1	2	3	2	4	1	4	4	4	3	2	3	2	2	2	2	52
1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	27
3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	57
1	2	1	3	1	1	1	4	1	1	1	1	3	1	2	1	3	1	2	1	1	2	1	2	38
2	2	1	4	2	1	4	2	3	1	1	1	1	3	3	2	2	2	1	1	1	1	2	1	43
2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	40
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	43
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	30
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	26
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	32
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	3	1	2	1	2	57
1	2	1	3	3	1	1	3	2	2	4	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	2	2	2	56
1	1	3	3	3	3	3	1	2	3	3	2	4	3	2	3	3	2	4	4	4	2	4	4	4

1	3	2	3	3	2	1	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	1	3	1	3	52
2	3	2	2	4	2	1	3	1	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1	3	55
3	3	1	3	3	1	3	3	1	3	3	3	3	1	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	63
1	2	2	2	4	2	1	3	3	4	3	3	2	2	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	63
2	1	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	49
2	1	1	4	3	1	1	2	2	3	2	3	3	2	4	1	3	2	1	2	3	4	3	4	54
4	2	1	2	1	1	2	3	2	1	1	2	1	1	2	4	3	1	3	4	2	1	2	1	44
1	1	1	2	1	1	4	1	2	1	1	2	3	1	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	36
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	44
1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	4	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	30
3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	3	3	2	4	2	3	1	3	2	3	53
4	4	4	3	1	4	4	1	1	3	1	4	3	3	2	2	1	1	1	1	4	1	1	1	48
2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	3	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	36
2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	54
1	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	3	2	1	1	1	2	1	1	2	3	2	1	2	32
1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	27
1	3	2	3	3	2	3	3	1	1	1	1	3	4	2	2	3	3	1	3	1	2	1	2	50
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	43
1	1	1	3	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	3	1	1	2	1	3	1	3	3	37
3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	45
1	1	1	4	4	1	1	4	1	4	2	1	4	1	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	62
1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	4	1	2	1	4	1	1	2	2	2	3	2	39
2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	44

2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	54
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	45
2	3	3	1	2	3	2	1	1	3	4	2	4	3	2	4	1	2	3	2	2	3	2	3	50
2	3	2	2	3	2	3	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	42
4	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	30
1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	25
4	3	3	2	1	3	1	1	4	4	1	4	1	2	1	1	1	1	1	1	4	1	4	1	43
3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	29
1	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	1	3	3	3	4	3	3	3	3	1	2	3	2	55
2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	3	1	2	2	1	3	2	1	2	2	1	3	1	3	39
1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	2	1	1	2	2	1	1	1	3	2	1	2	30
2	4	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	1	3	2	1	2	2	1	2	46
1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	3	3	3	3	3	2	3	2	48
1	2	1	1	2	1	2	3	1	2	2	1	3	1	2	3	3	4	2	3	1	3	1	3	47
2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	53
2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	42
1	2	2	4	2	2	1	3	3	2	4	3	4	1	1	2	4	3	3	4	3	4	1	4	59
3	2	4	1	1	4	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	3	2	2	3	2	3	1	3	42
4	3	1	4	1	1	1	1	4	3	4	3	3	2	1	2	3	2	3	2	3	4	2	4	56
2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	3	3	1	3	3	2	3	1	2	3	1	2	1	46
1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	28
1	1	3	4	4	3	1	2	1	4	1	1	3	3	3	3	2	4	4	3	1	1	4	1	55
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	45

2	2	1	1	3	1	4	2	1	2	1	1	4	3	2	2	2	2	3	2	1	3	1	3	48
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	46
1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	1	3	4	1	4	32
2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	48
1	1	2	4	4	2	1	4	1	4	3	2	2	1	3	1	4	3	4	4	2	4	1	4	61
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	28
1	2	1	2	2	1	2	3	1	1	4	2	1	4	1	2	4	4	3	4	2	2	4	2	53
2	2	2	3	1	2	1	2	2	2	1	2	3	1	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	44
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44
4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	3	1	2	3	2	3	2	3	39
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	46
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	43
2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	46
1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	49
1	3	1	2	2	1	4	1	3	2	2	2	2	2	4	2	4	3	1	1	2	2	2	2	54
3	2	2	2	3	2	4	3	2	4	2	3	3	3	1	1	3	2	3	1	3	2	1	2	60
2	1	2	3	2	2	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	2	50
2	4	1	4	3	1	1	2	3	1	2	3	2	3	1	2	3	3	2	2	3	1	1	1	55
2	3	3	2	4	3	4	3	3	4	2	2	2	1	1	2	3	4	2	1	2	2	3	2	34
1	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	3	1	1	2	1	1	2	1	3	1	3	48
2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	52
2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	1	3	2	2	2	3	2	3	3	3	

UJI BEDA DAYA AITEM DAN RELIABILITAS SKALA KONTROL DIRI TAHAP 1

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	342	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	342	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.857	27

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KD01	3.11	.711	342
KD02	3.11	.724	342
KD03	3.00	.733	342
KD04	3.12	.770	342
KD05	3.26	.679	342
KD06	2.73	.887	342
KD07	3.12	.724	342
KD08	2.96	.744	342
KD09	2.95	.725	342
KD10	2.67	.856	342
KD11	2.49	.862	342
KD12	3.06	.814	342
KD13	2.67	.889	342
KD14	3.08	.814	342
KD15	2.22	.805	342
KD16	2.92	.840	342
KD17	2.57	.839	342
KD18	2.65	.956	342
KD19	2.62	.829	342
KD20	3.37	.622	342
KD21	2.78	.887	342
KD22	2.60	.938	342
KD23	2.94	.799	342
KD24	3.14	.653	342
KD25	2.99	.924	342
KD26	2.32	.910	342
KD27	2.53	.882	342

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.852	2.222	3.374	1.152	1.518	.085	27

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
KD01	73.89	94.996	.458	.450	.850
KD02	73.88	94.628	.475	.398	.850
KD03	73.99	94.671	.465	.381	.850
KD04	73.87	95.008	.416	.389	.851
KD05	73.74	98.083	.245	.237	.856
KD06	74.27	92.801	.483	.371	.849
KD07	73.87	94.740	.467	.446	.850
KD08	74.03	95.410	.405	.409	.852
KD09	74.05	99.153	.150	.191	.858
KD10	74.33	93.582	.454	.353	.850
KD11	74.50	95.183	.352	.269	.853
KD12	73.93	95.828	.336	.303	.854
KD13	74.32	92.876	.477	.412	.849
KD14	73.92	94.709	.408	.341	.851
KD15	74.77	101.555	-.022	.250	.864
KD16	74.07	96.602	.274	.238	.856
KD17	74.42	93.377	.479	.373	.849
KD18	74.34	91.540	.513	.431	.848
KD19	74.37	94.193	.433	.289	.851
KD20	73.62	98.700	.223	.219	.856
KD21	74.21	92.507	.501	.418	.848
KD22	74.39	90.193	.604	.459	.844
KD23	74.05	95.162	.387	.373	.852
KD24	73.85	98.067	.259	.222	.855
KD25	74.01	91.868	.515	.462	.848
KD26	74.67	95.734	.296	.284	.855
KD27	74.46	92.713	.492	.468	.849

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
76.99	101.842	10.092	27

UJI BEDA DAYA AITEM DAN RELIABILITAS SKALA KONTROL DIRI TAHAP 2

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	342	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	342	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
.867	.866	20

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KD01	3.11	.711	342
KD02	3.11	.724	342
KD03	3.00	.733	342
KD04	3.12	.770	342
KD06	2.73	.887	342
KD07	3.12	.724	342
KD08	2.96	.744	342
KD10	2.67	.856	342
KD11	2.49	.862	342
KD12	3.06	.814	342
KD13	2.67	.889	342
KD14	3.08	.814	342
KD17	2.57	.839	342
KD18	2.65	.956	342
KD19	2.62	.829	342
KD21	2.78	.887	342
KD22	2.60	.938	342
KD23	2.94	.799	342
KD25	2.99	.924	342
KD27	2.53	.882	342

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.840	2.491	3.123	.632	1.254	.052	20

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
KD01	53.70	72.561	.446	.432	.861
KD02	53.70	72.054	.480	.355	.860
KD03	53.81	72.068	.472	.360	.861
KD04	53.69	72.220	.432	.374	.862
KD06	54.08	70.066	.513	.357	.859
KD07	53.69	72.538	.438	.402	.862
KD08	53.85	72.904	.395	.364	.863
KD10	54.14	70.768	.484	.332	.860
KD11	54.32	72.881	.329	.221	.866
KD12	53.75	72.992	.346	.257	.865
KD13	54.14	70.987	.447	.354	.861
KD14	53.73	72.143	.410	.310	.863
KD17	54.24	70.869	.489	.362	.860
KD18	54.16	68.732	.557	.389	.857

KD19	54.19	71.783	.427	.223	.862
KD21	54.03	70.272	.499	.401	.859
KD22	54.21	67.997	.620	.447	.854
KD23	53.87	72.363	.402	.345	.863
KD25	53.82	69.823	.505	.429	.859
KD27	54.28	70.313	.499	.439	.859

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
56.81	78.471	8.858	20

UJI DAYA BEDA AITEM DAN RELIABILITAS SKALA PERILAKU

KONSUMTIF TAHAP 1

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	342	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	342	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
.863	.858	36

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
PK01	1.96	.882	342
PK02	2.01	.708	342
PK03	1.98	.718	342
PK04	1.80	.693	342
PK05	2.23	.918	342
PK06	1.90	.928	342
PK07	1.80	.693	342
PK08	1.92	.863	342
PK09	2.26	.903	342
PK10	1.96	.821	342
PK11	2.56	.877	342
PK12	2.37	.870	342
PK13	2.16	.949	342
PK14	1.92	.885	342
PK15	2.01	.800	342
PK16	2.61	.842	342
PK17	1.99	.841	342
PK18	2.18	.806	342

PK19	2.18	.884	342
PK20	2.08	.897	342
PK21	2.20	.725	342
PK22	2.35	.780	342
PK23	2.69	.845	342
PK24	2.52	.824	342
PK25	2.02	.933	342
PK26	2.04	.852	342
PK27	2.36	.764	342
PK28	2.52	.838	342
PK29	2.37	.813	342
PK30	2.01	.800	342
PK31	2.48	.845	342
PK32	2.76	.836	342
PK33	1.81	.679	342
PK34	1.94	.734	342
PK35	2.48	.845	342
PK36	3.02	.781	342

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.206	1.795	3.023	1.228	1.684	.091	36

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
PK01	77.47	143.734	.387	.	.859
PK02	77.42	149.605	.150	.	.863
PK03	77.45	145.433	.390	.	.859
PK04	77.63	145.852	.381	.	.859
PK05	77.20	141.780	.461	.	.857
PK06	77.53	139.405	.568	.	.854
PK07	77.63	145.852	.381	.	.859
PK08	77.51	144.520	.359	.	.859
PK09	77.16	140.542	.530	.	.855
PK10	77.46	145.194	.346	.	.860
PK11	76.87	145.884	.285	.	.861
PK12	77.06	151.273	.032	.	.867
PK13	77.26	136.857	.673	.	.851
PK14	77.51	139.172	.611	.	.853
PK15	77.42	144.186	.410	.	.858
PK16	76.82	143.856	.403	.	.858
PK17	77.44	144.840	.354	.	.859
PK18	77.24	149.023	.154	.	.864
PK19	77.25	141.136	.513	.	.855
PK20	77.34	139.410	.589	.	.853
PK21	77.23	150.861	.074	.	.865
PK22	77.08	152.847	-.039	.	.868
PK23	76.74	146.967	.245	.	.862
PK24	76.91	144.302	.390	.	.859
PK25	77.41	139.221	.573	.	.854
PK26	77.39	139.317	.630	.	.853
PK27	77.06	150.166	.104	.	.865
PK28	76.91	153.701	-.082	.	.869
PK29	77.06	143.035	.463	.	.857
PK30	77.42	144.186	.410	.	.858

PK31	76.95	141.856	.504	.	.856
PK32	76.67	145.994	.297	.	.861
PK33	77.62	146.981	.319	.	.860
PK34	77.49	147.506	.261	.	.861
PK35	76.95	141.856	.504	.	.856
PK36	76.40	150.183	.100	.	.865

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
79.43	152.703	12.357	36

**UJI DAYA BEDA AITEM DAN RELIABILITAS SKALA PERILAKU
KONSUMTIF TAHAP 2**

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	342	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	342	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
.892	.889	24

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
PK01	1.96	.882	342
PK03	1.98	.718	342
PK04	1.80	.693	342
PK05	2.23	.918	342
PK06	1.90	.928	342
PK07	1.80	.693	342
PK08	1.92	.863	342
PK09	2.26	.903	342
PK10	1.96	.821	342
PK13	2.16	.949	342
PK14	1.92	.885	342
PK15	2.01	.800	342

PK16	2.61	.842	342
PK17	1.99	.841	342
PK19	2.18	.884	342
PK20	2.08	.897	342
PK24	2.52	.824	342
PK25	2.02	.933	342
PK26	2.04	.852	342
PK29	2.37	.813	342
PK30	2.01	.800	342
PK31	2.48	.845	342
PK34	1.81	.679	342
PK35	2.48	.845	342

Summary Item Statistics							
	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.103	1.795	2.608	.813	1.453	.057	24

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK01	48.51	109.693	.355	.891
PK03	48.49	111.007	.364	.890
PK04	48.67	110.977	.382	.890
PK05	48.24	107.287	.468	.888
PK06	48.57	104.087	.639	.884
PK07	48.67	110.977	.382	.890
PK08	48.55	109.750	.362	.891
PK09	48.20	105.512	.577	.885
PK10	48.50	110.503	.340	.891
PK13	48.30	102.488	.711	.881
PK14	48.55	104.612	.643	.884
PK15	48.46	110.214	.368	.890
PK16	47.86	109.341	.397	.890
PK17	48.48	110.133	.351	.891
PK19	48.29	106.193	.552	.886
PK20	48.38	104.495	.640	.884

PK24	47.95	109.557	.394	.890
PK25	48.45	104.500	.612	.884
PK26	48.43	104.820	.659	.883
PK29	48.10	108.612	.458	.888
PK30	48.46	110.214	.368	.890
PK31	47.99	107.390	.510	.887
PK34	48.66	112.008	.318	.891
PK35	47.99	107.390	.510	.887

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
50.47	117.036	10.818	24

FREQUENCIES KONTROL DIRI

Statistics			
		KATEGORISASI KONTROL DIRI	KATEGORISASI PERILAKU KONSUMTIF
N	Valid	342	342
	Missing	0	0

KATEGORISASI KONTROL DIRI					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	54	15.8	15.8	15.8
	SEDANG	225	65.8	65.8	81.6
	TINGGI	63	18.4	18.4	100.0
	Total	342	100.0	100.0	

FREQUENCIES PERILAKU KONSUMTIF

Statistics			
		KATEGORISASI KONTROL DIRI	KATEGORISASI PERILAKU KONSUMTIF
N	Valid	342	342
	Missing	0	0

KATEGORISASI PERILAKU KONSUMTIF					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	88	25.7	25.7	25.7
	SEDANG	216	63.2	63.2	88.9
	TINGGI	38	11.1	11.1	100.0
	Total	342	100.0	100.0	

DATA EMPIRIK

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KD	342	34	80	56.80	8.853
PK	342	25	76	47.13	10.024
Valid N (listwise)	342				

UJI NORMALITAS KONTROL DIRI

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
KD	342	51.9%	317	48.1%	659	100.0%

Descriptives				
			Statistic	Std. Error
KD	Mean		56.80	.479
	95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	55.86
			Upper Bound	57.74
	5% Trimmed Mean		56.62	
	Median		56.00	
	Variance		78.371	
	Std. Deviation		8.853	
	Minimum		34	
	Maximum		80	
	Range		46	
	Interquartile Range		11	
	Skewness		.361	.132
	Kurtosis		.021	.263

UJI NORMALITAS PERILAKU KONSUMTIF

Case Processing Summary						
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PK	342	51.9%	317	48.1%	659	100.0%

Descriptives				
			Statistic	Std. Error
PK	Mean		47.13	.542
	95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	46.06
			Upper Bound	48.19
	5% Trimmed Mean		47.18	
	Median		48.00	

Variance	100.486	
Std. Deviation	10.024	
Minimum	25	
Maximum	76	
Range	51	
Interquartile Range	15	
Skewness	-.138	.132
Kurtosis	-.381	.263

UJI LINIERITAS

Case Processing Summary						
PK * KD	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
	342	51.9%	317	48.1%	659	100.0%

Report			
PK	Mean	N	Std. Deviation
34	61.50	2	9.192
36	35.00	1	.
37	65.00	1	.
38	43.00	1	.
40	48.33	3	19.553
41	59.00	1	.
42	60.40	5	3.286
43	56.50	2	9.192
44	51.40	5	3.912
45	53.80	5	4.324
46	50.00	3	3.606
47	52.43	14	9.061
48	54.64	11	8.453
49	56.86	14	4.622
50	54.40	10	7.662
51	52.32	22	9.589
52	52.33	21	8.151
53	50.61	18	5.761
54	50.53	15	6.163
55	46.75	8	6.431
56	52.35	17	6.403
57	52.09	11	9.772
58	43.25	8	8.225
59	45.95	20	3.591
60	44.96	25	7.092
61	44.08	12	5.728
62	40.70	10	6.717
63	41.86	7	9.940
64	38.57	7	7.231
65	43.11	9	7.253
66	34.00	6	6.419
67	35.00	6	7.563
68	36.00	4	8.287
69	36.83	6	6.210
70	42.75	4	7.588

71	28.00	2	.000
72	34.33	6	3.933
74	27.00	1	.
75	33.14	7	3.185
76	30.50	4	3.697
77	35.00	2	5.657
78	36.33	3	1.528
79	27.00	1	.
80	25.00	2	.000
Total	47.13	342	10.024

Measures of Association				
	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PK * KD	-.660	.436	.744	.554

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PK * KD	Between Groups	(Combined)	18983.569	43	441.478	8.609	.000
		Linearity	14944.286	1	14944.286	291.414	.000
		Deviation from Linearity	4039.284	42	96.173	1.875	.002
	Within Groups		15282.024	298	51.282		
	Total		34265.594	341			

UJI KORELASI

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
KD	56.80	8.853	342
PK	47.13	10.024	342

Correlations			
		KD	PK
KD	Pearson Correlation	1	-.660**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	342	342
PK	Pearson Correlation	-.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	342	342

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