

**PENERAPAN LAYANAN KONSELING INDIVIDUAL  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh:**

**SANTIKA  
NIM. 160213001**

Mahasiswi Fakultas Tarbiah dan Keguruan (FTK) Uin Ar-Raniry  
Jurusan Bimbingan dan Konseling



**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING  
FAKULTAS TARBIAH DAN KEGURUAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2020**

**PENERAPAN LAYANAN KONSELING INDIVIDUAL  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan (FTK)  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh  
Sebagai Beban Studi Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
dalam Ilmu Pendidikan

Oleh

**SANTIKA**

**NIM. 160213001**

Mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
Prodi Bimbingan Konseling

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



**Mukhlis, M. Pd.**  
NIP. 1972/11102007011050

Pembimbing II



**Asriyana, M. Pd**

**PENERAPAN LAYANAN KONSELING INDIVIDUAL  
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF  
PADA MAHASISWA**

**SKRIPSI**

Telah Diuji Oleh Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi  
Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Ar-Raniry Dan Dinyatakan Lulus  
Serta Diterima Sebagai Salah Satu Beban Studi Program Sarjana (S-1)  
dalam Ilmu Pendidikan

Pada Hari/Tanggal

Sabtu, 12 Desember 2020 M

27 Rabiul Akhir 1442 H

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

Ketua,



Mukhlis, M. Pd

NIP. 197211102007011050

Sekretaris



Basulun Iman, M. Pd

Penguji I,



Asriyana, M. Pd

Penguji II,



Nuzliah, M. Pd

Mengetahui,

Dekan Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan UIN Ar-Raniry  
Darussalam Banda Aceh



Dr. Muslim Razali, S.H. M. Ag

NIP. 195903091989031001



## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Santika

NIM : 160213001

Prodi : Bimbingan Dan Konseling

Judul skripsi : Penerapan Layanan Konseling Individual Terhadap Perilaku  
Konsumtif Pada Mahasiswa

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penelitian skripsi ini, saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak memanipulasi dan memalsukan data.
5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggung jawab atas karya ini.

Bila dikemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka siap dikenai sanksi berdasarkan aturan yang telah berlaku di Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun

Banda Aceh, 12 Desember 2020

Yang Menyatakan,



Santika

**NIM. 160213001**

## ABSTRAK

Nama : Santika  
NIM : 160213001  
Fakultas/Prodi : Tarbiyah dan Keguruan/Bimbingan dan Konseling  
Judul : Penerapan Layanan Konseling Individual Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa  
Tanggal Sidang : 12 Desember 2020  
Tebal Skripsi : 80 Halaman  
Pembimbing I : Mukhlis, M. Pd  
Pembimbing II : Asriyana, M.Pd  
Kata Kunci : Konseling individual, Perilaku Konsumtif, Teknik *Self-management*

Perilaku Konsumtif merupakan perilaku membeli suatu barang yang sebenarnya kurang diperlukan, seperti karena ingin mencoba produk dan perilaku ini mengarah kepada kesenangan yang lebih mengutamakan faktor keinginan dari pada faktor kebutuhan. Perilaku konsumtif yang dialami oleh mahasiswa sulit untuk dihilangkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh sebelum diberikan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*, seberapa besar tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh sesudah diberikan layanan konseling individual melalui teknik *self-management* dan keefektifan layanan konseling individual melalui teknik *self-management* untuk mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa dari Universitas Uin Ar-Raniry, Universitas Syiah Kuala, dan Universitas STKIP BBG dengan perilaku konsumtif tinggi, sedang, dan rendah. Sampel penelitian berjumlah 10 mahasiswa Sampel dipilih melalui *purposive sampling* dengan pengkategorian mahasiswa yang memiliki tingkat perilaku konsumtif tinggi. Metode penelitian yang digunakan adalah *pre-experimental* (pra-eksperimen) dengan desain *One Group Pre-test-Post-test-Design*. Pengumpulan data yang digunakan adalah skala *likert*. Teknik analisis dengan menggunakan uji normalitas dan uji-t. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa layanan konseling individual melalui teknik *self-management* efektif untuk mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh.

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah Subhanahu wa Ta'ala, yang telah melimpahkan rahmat, hidayat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi. Shalawat beserta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan Alam Nabi Muhammad Shallallahu'alaihi Wa Sallam, keluarga dan para sahabatnya. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada program Bimbingan dan Konseling Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Judul yang penulis ajukan adalah **“Penerapan Layanan Konseling Individual Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa”**.

Penyusunan dan penulisan dalam skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulisan dengan senang hati menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Muslim Razali, Sh.M.Ag selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, pembantu dekan dan seluruh staf karyawan/karyawati FTK UIN Ar-Raniry yang telah memberikan izin untuk melanjutkan studi di program Studi Bimbingan dan Konseling.
2. Ibu Dr. Chairan M. Nur, M.Ag selaku Ketua Prodi Bimbingan dan Konseling UIN Ar-Raniry.

3. Bapak Mukhlis, M. Pd selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan memberikan arahan serta nasehat. Semoga Allah selalu meridhai dan memberkahi setiap langkah bapak dan keluarga, Amin.
4. Ibu Asriyana, M.Pd selaku pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan serta motivasi yang sangat berharga. Terimakasih atas waktu yang selalu ibu luangkan, semoga ibu dan keluarga selalu dalam lindungan Allah SWT.
5. Ibu Nuzliah, M.Pd. Selaku pembimbing akademik yang selalu membantu dan mengarahkan saya dalam keperluan akademik.
6. Teristimewa kepada Ayahanda Muhammad Nur dan ibunda tercinta Rusni Ariga, yang selama ini telah membantu peneliti dalam bentuk perhatian, kasih sayang, motivasi, dukungan serta do'a yang tiada henti-hentinya mengalir demi kelancaran dan kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
7. Kepada sahabat terkasih, Putri, Erza, Jasmin, Dijah, Ipeh, Ayu, Marliani, Yuni, dan kakak Siti Safura terimakasih untuk kebersamaannya, dan motivasi selama ini dalam perjuangan kita menggapai impian sebagai konselor yang hebat.
8. Kepada teman-teman angkatan 2016 program Studi Bimbingan dan Konseling Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri ArRaniry, khususnya kepada teman-teman unit 01, terimakasih atas kerja samanya selama ini.

Kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.  
Terimakasih atas segala bantuan, dukungan dan kerjasama serta do'a. Semoga  
Allah memberikan pahala yang berlipat, Amin.

Banda Aceh, 12 Desember 2020

Penulis,



Santika



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL JUDUL</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING</b>	
<b>LEMBAR PENGESAHAN SIDANG</b>	
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN</b>	
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Hipotesis Penelitian.....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
F. Defenisi Operasional .....	7
G. Penelitian Terdahulu .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Teori Mengenai Layanan Konseling Individual.....	13
1. Pengertian Konseling Individual.....	13
2. Tujuan Konseling Individual.....	15
3. Fungsi Konseling Individual .....	16
4. Asas-asas Konseling Individual .....	17
5. Tahap-tahap Konseling individual .....	21
B. Kajian Teori Mengenai Perilaku Konsumtif .....	26
1. Pengertian Perilaku .....	26
2. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	27
3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	29
4. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif .....	31
5. Bentuk-Bentuk Perilaku Konsumtif .....	35
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Rancangan Penelitian .....	37
B. Lokasi, Populasi dan Sampel Penelitian .....	38
1. Lokasi.....	38
2. Populasi.....	38
3. Sampel.....	39
C. Intrument Pengumpulan Data .....	40
D. Teknik Pengumpulan Data.....	46
E. Teknik Analisis Data.....	48

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	50
1. Tingkat Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Sebelum Diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik <i>Self-Management</i> .....	50
2. Tingkat Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Sesudah Diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik <i>Self-Management</i> .....	53
3. Profil Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Berdasarkan Aspek dan Indikator .....	55
4. Penerapan Layanan Konseling Individual Untuk mengurangi Perilaku Konsumtif pada mahasiswa Melalui Teknik <i>Self-Management</i> .....	60
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	67
1. Pembahasan Tingkat Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Sebelum Diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik <i>Self-Management</i> .....	67
2. Pembahasan Tingkat Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Sesudah Diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik <i>Self-Management</i> .....	68
3. Pembahasan Penerapan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik <i>Self-Management</i> Untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa.....	71
C. Pelaksanaan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik <i>Self-Management</i> Untuk Mengurangi Tingkat Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa .....	72
a. <i>Pre-Test</i> .....	73
b. Perlakuan ( <i>Treatment</i> ).....	74
1. Perlakuan ( <i>Treatment</i> ) Pertama.....	74
2. Perlakuan ( <i>Treatment</i> ) Kedua .....	76
3. Perlakuan ( <i>Treatment</i> ) Ketiga.....	77
4. Perlakuan ( <i>Treatment</i> ) Keempat .....	78
5. Perlakuan ( <i>Treatment</i> ) Kelima.....	79
c. <i>Post-Test</i> .....	80

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	82
B. Saran.....	82

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>78</b>
-----------------------------	-----------

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**RIWAYAT HIDUP PENULIS**

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	: <i>Desain One Group Pre-test-Prost-test-Design</i> .....	37
Tabel 3.2	: Jumlah Anggota Sampel Penelitian pada Mahasiswa .....	39
Tabel 3.3	: Kisi-kisi Intrumen Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa.....	41
Tabel 3.4	: Kategori Pemberian Skor Alternatir Jawaban .....	42
Tabel 3.5	: Hasil Uji Validitas Butir item.....	44
Tabel 3.6	: Interval Koefisien Derajat Reliabilitas .....	45
Tabel 3.7	: <i>Cronbach's Alpha</i> .....	46
Tabel 3.8	: Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif.....	46
Tabel 4.1	: Kategori Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa .....	50
Tabel 4.2	: Persentase Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa .....	51
Tabel 4.3	: Skor <i>Pre-Test</i> sebelum diberikan Layanan Konseling Individual melalui teknik <i>Self-Management</i> .....	52
Tabel 4.4	: Skor <i>Pos-Test</i> sesudah diberikan Layanan Konseling Individual melalui teknik <i>Self-Management</i> .....	53
Table 4.5	: Profil Tingkat Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Berdasarkan Indikator dan Sub Indikator .....	55
Tabel 4.6	: One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dan Shapiro-Wilk..	61
Tabel 4.7	: Perbandingan Skor <i>Pre-Test</i> dan <i>Post-Test</i> .....	62
Tabel 4.8	: Perbandingan Persentase <i>Pretest</i> dan <i>Posttest</i> .....	63
Tabel 4.9	: Paired Samples Statistics.....	64
Tabel 4.10	: Paired Samples Correlations .....	64
Tabel 4.1	: Uji t Berpasangan <i>Pretest</i> dan <i>Posttest</i> Perilaku Konsumtif...	65

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Keputusan Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan  
UIN Ar-Raniry
- Lampiran 2 : Surat Keterangan Izin Penelitian dari Dekan Fakultas
- Lampiran 3 : Hasil *Judgement* Instrumen
- Lampiran 4 : Skor r tabel dan r hitung Hasil Uji Validitas Butir Item
- Lampiran 5 : Hasil Output SPSS
- Lampiran 6 : Instrumen Perilaku Konsumtif
- Lampiran 7 : RPL
- Lampiran 8 : Pretest-Postest
- lampiran 9 : Instrument Penilaian Hasil
- Lampiran 10 : Indikator
- Lampiran 11 : Foto Penelitian
- Lampiran 12 : Riwayat Hidup Penulis



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Masa remaja merupakan fase perkembangan yang sangat mencolok baik secara fisik, psikologis, sosial dan moral. Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari 13-16 tahun dan akhir masa remaja bermula dari usia 17-18 tahun, yaitu usia matang secara hukum. Salah satu ciri dari masa remaja adalah masa mencari identitas, dimana seorang remaja mencari jati dirinya. Dalam masa ini seorang remaja mulai mendambakan identitas diri sehingga akibatnya remaja berusaha menampilkan diri mereka agar menarik perhatian masyarakat. Dalam menampilkan diri mereka itulah yang menjadi sebab kebingungan remaja dalam menentukan siapakah diri mereka, yang kemudian merupakan puncak terjadinya penyimpangan perilaku dalam kehidupan remaja.<sup>1</sup>

Remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja tengah 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun. Pada usia ini remaja mengalami perubahan baik secara fisik maupun psikis. Perubahan pada fisik adalah perubahan pada diri seseorang mengenai perubahan jasmani, seperti tinggi badan dan berat badan. Adapun perubahan pada psikis perubahan mengenai rohani seseorang seperti tingkah laku/ mencari tau jati diri sendiri, sikap, mental

---

<sup>1</sup> Hurlock, B. E. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Rentang Kehidupan*. Alih Bahasa: Istiwayati. (Jakarta: Erlangga, 1994), h. 152

dan emosi.<sup>2</sup> Perubahan ini berlangsung begitu cepat dan sangat dipengaruhi oleh *trend dan mode*.<sup>3</sup>

Kaum remaja akhir yang bisa dikatakan pada jenjang perguruan tinggi yaitu adalah masa kuliah yang disebut sebagai mahasiswa. Mahasiswa mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang “in”, remaja akhir cenderung mengikuti *mode* yang sedang beredar, sedangkan *mode* itu sendiri terus menuntut rasa tidak puas pada konsumen yang memakainya, sehingga mendorong konsumen untuk terus mengkonsumsinya karena takut dibilang ketinggalan jaman. Sekarang ini berbagai macam produk ditawarkan kepada konsumen remaja akhir.

Produk-produk ini bukan hanya barang yang dapat memuaskan kebutuhan seseorang, tetapi terutama produk yang dapat memuaskan kesenangan konsumen. Informasi mengenai produk, baik melalui iklan, promosi langsung berkembang semakin bervariasi, gencar dan menggunakan teknologi muthakhir yang sangat canggih, hal inilah yang merupakan salah satu faktor timbulnya pemborosan pada mahasiswa, cenderung untuk membelanjakan uang bulanan yang dikirim oleh orang tua pada barang-barang konsumsi dan meningkatkan gaya hidup yang suka membelanjakan uang dalam jumlah besar.<sup>4</sup>

Mahasiswa yang masih tergolong remaja akhir tidak lagi tinggal bersama orangtuanya selama menempuh pendidikannya di perguruan tinggi. Lingkungan pertama yang memiliki interaksi langsung dengan mahasiswa adalah lingkungan

---

<sup>2</sup> Monks, F.J., Knoers, A.M.P., & Haditono, S.R. *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2002), h. 82

<sup>3</sup> Monks, F.J., Knoers, A.M.P., & Haditono, S.R.,..... h. 82

<sup>4</sup> Awaliyah, H. *Pelajaran IPS- Ekonomi Bilingual*, (Bandung: Yrama Widya, 2008) h. 23

kos. Kos merupakan tempat tinggal sementara bagi mahasiswa selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Pada umumnya, kos terletak tidak jauh dari kampus dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan. Kos bukan saja sebagai tempat tinggal sementara, namun kos merupakan tempat dimana mahasiswa melakukan aktivitas sosial dan menjalin relasi sosial dengan teman kosnya. Ikatan pertemanan antar penghuni kos yang terjalin setiap hari membuat hubungan antar penghuni kos menjadi erat dan mahasiswa menjadikan teman kosnya sebagai kelompok referensi untuk setiap aktivitasnya, termasuk dalam perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*).<sup>5</sup>

Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Dampak negatif yang muncul dari perilaku konsumtif adalah dapat menyebabkan perilaku konsumtif. Hal tersebut dikarenakan individu selalu merasa bahwa ada tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan: Menyerpong imbas pesan Iklan Televisi*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2002), h.23

<sup>6</sup> Suyasa, Y. dan Fransisca. *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*. *Jurnal Pronesis*, Vol.7, No.2, Desember 2005, h 172-199.

Hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif pada diri remaja akhir masih perlu dibina dan perlu bimbingan oleh seorang ahli dalam bidang tersebut yaitu adalah konselor, apabila di biarkan maka akan adanya ketergantungan dan keterbiasaan pada remaja akhir dalam pemborosan dan merugikan diri sendiri dan orang tua. Oleh karena itu bantuan dari konselor sangatlah penting dalam membantu atau menangani masalah-masalah yang telah dan sedang terjadi, agar individu mampu berfikir lebih matang lagi dalam membeli antara yang butuhkan dan diinginkannya, di harapkan peneliti dapat memberikan layanan yang tepat dalam mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa melalui konseling individual.

Salah satu layanan bimbingan konseling yang dapat dimanfaatkan untuk menangani permasalahan ini adalah layanan konseling individual, layanan konseling kelompok, layanan bimbingan kelompok, akan tetapi disini peneliti memakai layanan konseling individual.

Konseling individual adalah proses pemberian bantuan yang dilakukan melalui wawancara konseling oleh seorang ahli (konselor) kepada individual yang sedang mengalami sesuatu masalah (klien) yang bermuara pada teratasinya masalah yang dihadapi klien.<sup>7</sup> Konseling individual adalah kunci semua kegiatan bimbingan dan konseling. Karena jika menguasai teknik konseling individual berarti akan mudah menjalankan proses konseling yang lain.

Proses konseling individual berpengaruh besar terhadap peningkatan klien karena pada konseling individual konselor berusaha meningkatkan sikap

---

<sup>7</sup> Prayitno, Erman Amti, *Dasar-Dasar Bimbingan dan Konseling* (Jakarta, Rineka Cipta, 1994), h. 105

mahasiswa dengan cara berinteraksi selama jangka waktu tertentu dengan cara beratap muka secara langsung untuk menghasilkan peningkatan-peningkatan pada diri klien, baik cara berpikir, berperasaan, sikap, dan perilaku.<sup>8</sup> Layanan konseling individual dapat di upayakan menangani permasalahan ini dengan memanfaatkan dinamika bimbingan dan konseling guna mengubah perilaku konsumtif tersebut dengan mendiskusikan permasalahan anggotanya dengan berbagai pendekatan.

Berdasarkan fenomena pada zaman saat ini dan hasil wawancara dengan beberapa remaja bahwasanya perilaku konsumtif telah menguasai pikiran dan keinginan mereka untuk terlihat mewah di depan teman-temannya, berbicara tentang perilaku konsumtif juga tidak jauh beda gaya hidup hedonis adapun perilaku konsumtif adalah yang lebih mementingkan untuk mengejar kesenangan, memakai aksesoris yang berlebihan dan berganti-ganti tas, sepatu, baju, jam tangan dan lain-lain, remaja bergaya dan berpenampilan sesuai dengan apa yang sedang menjadi *trend* saat ini, mempunyai kebiasaan belanja di *online shop*, berganti-ganti *handphone* seri terbaru dan pemakaian pulsa yang relatif boros. Adapun gaya hidup hedonis lebih mementingkan keinginan semata, lebih suka menghabiskan waktu diluar rumah daripada di dalam rumah, suka nongrong dengan teman-teman tanpa memikirkan waktu yang terbuang yang peneliti dapat dari hasil wawancara. Padahal uang untuk membeli suatu produk itu bukan hasil dari kerja keras mereka melainkan mereka masih meminta kepada orang tua, membeli barang berdasarkan keinginan bukan berdasarkan kebutuhan, hal inilah

---

<sup>8</sup> Holipah, *The Using Of Individual Counseling Service to Improve Student's Learning Atitude And Habit At The Second Grade Student of SMP PGRI 6 Bandar Lampung* (Journal Counseling, 2011), h.105

yang banyak terjadi pada saat ini. Sekarang ini berbagai macam produk ditawarkan kepada remaja akhir. Produk-produk ini bukan hanya barang yang dapat memuaskan kebutuhan seseorang, tetapi terutama produk yang dapat memuaskan kesenangan konsumen karena takut dibilang ketinggalan zaman.

Berdasarkan fenomena-fenomena dan penelitian yang relevan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada kalangan mahasiswa dengan judul **“Penerapan Layanan Konseling Individual Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa”**.

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan dengan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: **“Bagaimana Pengaruh Penerapan Layanan Konseling Individual Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa?”**

#### **C. Tujuan Penelitian**

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan penulis untuk mencapai tujuan. Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang dicapai adalah: Untuk Mengetahui Pengaruh Penerapan Layanan Konseling Individual Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.

#### **D. Hipotesis Penelitian**

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pernyataan. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka pikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan.

Hipotesis dari penelitian ini adalah:

*H<sub>0</sub>*: Konseling individual tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

*H<sub>a</sub>*: Konseling individual berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

### **E. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini nantinya diharapkan akan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

#### 1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini mampu menambah referensi pada jurusan bimbingan dan konseling mengenai peminimalan perilaku konsumtif melalui layanan konseling individual sehingga dapat dijadikan sumber informasi pendidikan dalam penerapan layanan bimbingan dan konseling itu dalam setting sekolah.

#### 2. Manfaat Praktis

##### a. Bagi Mahasiswa

Bagi Mahasiswa dapat meminimalkan perilaku konsumtif sehingga dapat memiliki sikap bisa mengendalikan perilaku konsumtif dan belajar tidak boros juga berperilaku hemat dalam kehidupan sehari-hari

##### b. Bagi Peneliti

Bagi peneliti dapat menambah dan meningkatkan serta memperdalam kemampuan diri mengenai layanan konseling individual.

### **F. Defenisi Operasional**

Supaya tidak terjadi kesalahan dalam penafsiran tentang definisi variable yang digunakan dalam penelitian ini, maka dari itu perlu untuk memberikan

penjelasan dari beberapa istilah yang terdapat dalam judul. Adapun istilah tersebut sebagai berikut:

### 1. Layanan Konseling Individual

Konseling individual yaitu layanan bimbingan dan konseling yang memungkinkan mahasiswa atau konseli mendapatkan layanan langsung tatap muka (secara perorangan) dengan guru pembimbing dalam rangka pembahasan pengentasan masalah pribadi yang di derita konseli.<sup>9</sup>

Konseling adalah suatu proses yang terjadi dalam hubungan seseorang dengan seseorang yaitu individu yang mengalami masalah yang tak dapat diatasinya, dengan seorang petugas profesional yang telah memperoleh latihan dan pengalaman untuk membantu agar klien memecahkan kesulitannya.

### 2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*).<sup>10</sup>

Perilaku konsumtif yang dimaksud peneliti adalah hidup boros mahasiswa yang berlebihan dengan membelanjakan sesuatu tanpa batas baik dari segi

---

<sup>9</sup> Hellen, *Bimbingan dan Konseling* (Jakarta, Quantum Teaching, 2005), h. 84

<sup>10</sup> Sumartono. *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi*. (Bandung: Penerbit Alfabeta, 2002). h.23.

makanan maupun pakaian “*fashion*”. Perilaku ini juga merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan dan dibutuhkan tetapi hanya mengedepankan keinginan pribadi secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Penelitian ini berfokus pada aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu: Membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda).

#### **G. Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai perilaku konsumtif telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu dengan perspektif yang berbeda-beda.

Skripsi oleh Dyah Sarianti Martha jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Surabaya dalam skripsinya yang berjudul “*Perilaku Konsumtif Mahasiswa SPG*”. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk mengidentifikasi perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswa dan hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa yang berprofesi sebagai SPG menunjukkan penampilan diri yang berupa hiperrealitas dalam bentuk polesan make up dan gaya berbusana. Hiperrealitas yang ditampilkan dikategorisasikan dalam 3 bentuk yakni *glamour*, *stylistic* dan *minimalis*. *Glamour* ditunjukkan dengan kepemilikan barang yang

serba mewah, *make up* yang berlebihan dan memiliki aksesoris yang *glamour* karena rata-rata menggunakan emas asli sedangkan *stylistic* lebih memiliki kreatifitas dan ekspresif dalam mengkonsumsi barang yang digunakan sehingga dapat terlihat gaul dan modis. Berbeda dengan *glamour* dan *stylistic*, minimalis cenderung lebih sederhana dengan tampilan seminimal mungkin sesuai kebutuhan sehingga terkesan lebih natural.<sup>11</sup>

Persamaan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama mengkaji perilaku konsumtif mahasiswa. Namun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian saudara Dyah Sarianti Martha dalam penelitiannya mengambil obyek kajian perilaku konsumtif mahasiswa SPG sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti ialah meneliti obyek kajian perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Hawani jurusan Sosiologi Agama Fakultas Ushuluddin Filsafat dan Politik, dengan judul "*Gaya Hidup Mahasiswa yang Tinggal di Rumah Kos (Studi di Perumahan Bukit Sitrah Sanrego)*". Tujuannya yaitu untuk mengetahui gaya hidup mahasiswa yang tinggal di Perumahan Bukit Sitrah Sanrego dan mengetahui tanggapan masyarakat tentang gaya hidup mahasiswa yang tinggal di Perumahan Sitrah Sanrego.<sup>12</sup> Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa mahasiswa yang tinggal di Perumahan Bukit Sitrah Sanrego memiliki gaya hidup positif seperti ada yang menggunakan waktu luangnya untuk megajar mengaji dan ada yang mengajar privat. Namun ada juga beberapa mahasiswa yang memiliki gaya hidup yang negatif diantaranya ada beberapa mahasiswa yang

---

<sup>11</sup> DS Martha, *Perilaku Konsumtif Mahasiswa SPG*. <http://www.jurnal.unesa.ac.id/article/14089/39/article.pdf> (diakses 15 November 2016).

<sup>12</sup> Hawani, "*Gaya Hidup Mahasiswa yang Tinggal di Rumah Kos (Studi di Perumahan Bukit Sitrah Sanrego)*", Skripsi, h. 7-8.

terjerumus kedalam pergaulan bebas, memakai narkoba, minum-minuman keras, dan sering pulang tengah malam. Masyarakat di perumahan tersebut menilai bahwa mahasiswa yang tinggal di Perumahan Sitrah Sanrego kebanyakan dari mereka yang menunjukkan gaya hidup negatif.

Persamaan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama membahas mengenai gaya hidup mahasiswa, namun perbedaannya yaitu penelitian terdahulu memfokuskan pada gaya hidup mahasiswa yang tinggal di Perumahan Bukit Sitrah Sanrego sedangkan peneliti akan memfokuskan pada pemberian layanan konseling individual untuk mengatasi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Trigita Ardikawati Tresna, yang berjudul "*Perilaku Konsumtif di Kalangan Mahasiswa FIS UNY pada Klinik Kecantikan*". Penelitian ini lebih memfokuskan pada dampak perilaku konsumtif dikalangan mahasiswa pada klinik kecantikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa benar-benar membutuhkan perawatan wajah di klinik kecantikan karena kondisi kulit wajah mereka yang sakit seperti berjerawat yang mengakibatkan adanya bekas jerawat. Perawatan di klinik kecantikan pada dasarnya merupakan salah satu jalan yang ditempuh mahasiswa untuk dapat tampil menjadi lebih cantik dan ketika mahasiswa datang ke klinik kecantikan maka dia diharuskan untuk melakukan perawatan wajah serta mengkonsumsi produk-produk kecantikan yang merupakan hasil produksi dari klinik kecantikan langganannya tersebut. Tanpa mereka sadari disinilah letak perilaku konsumtif muncul yakni ketika mereka tidak lagi

membedakan antara sebuah keinginan dan pemenuhan kebutuhan, sehingga dampak yang ditimbulkan yaitu berdampak positif dan negatif.<sup>13</sup>

Adapun persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah sama-sama mengkaji perilaku konsumtif namun perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian saudara Trigita Ardikawati Tresna adalah penelitian ini mengambil obyek kajian perilaku konsumtif mahasiswa FIS UNY pada klinik kecantikan sedangkan obyek kajian penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti adalah memberikan layanan konseling individual pada mahasiswa agar dapat mengurangi perilaku konsumtif yang ada pada dirinya.

---

<sup>13</sup> Java Tresna, *Perilaku Konsumtif dikalangan Mahasiswa FIS UNY pada Klinik Kecantikan*. <http://eprints.uny.ac.id/22542/15/ringkasan%20skripsi.pdf> (diakses 15 November 2016).

## BAB II KAJIAN PUSTAKA

### A. Konseling Individual

#### 1. Pengertian Konseling Individual

Konseling individual merupakan layanan konseling yang diselenggarakan oleh konselor terhadap konseli untuk mengentaskan suatu masalah yang dihadapi konseli. Ada beberapa pendapat mengenai konseling individual yang akan dipaparkan dibawah ini:

Dewa Ketut Sukardi dan Nila Kusmawati mendefinisikan konseling individu/perorangan adalah layanan bimbingan dan konseling yang memungkinkan klien mendapatkan layanan langsung secara tatap muka dengan konselor dalam rangka pembahasan dan pengentasan permasalahan pribadi yang dideritanya.<sup>14</sup>

Prayitno dan Erman Amti mengatakan konseling individu adalah sebagai pelayanan khusus dalam hubungan langsung tatap muka antara konselor dan klien. Dalam hubungan itu dicermati dan diupayakan pengentasan masalahnya, semampu dengan kekuatan klien itu sendiri. Dalam kaitan itu, konseling dianggap sebagai upaya layanan yang paling utama dalam pelaksanaan fungsi pengentasan masalah klien. Bahkan dikatakan bahwa konseling merupakan “jantung hatinya” pelayanan bimbingan secara menyeluruh. Apabila layanan konseling telah memberikan jasanya, maka masalah klien akan teratasi secara efektif dan upaya-upaya bimbingan lainnya tinggal mengikuti atau berperan sebagai pendamping.<sup>15</sup>

Menurut Tolbert yang dikutip oleh Syamsu Yusuf mengatakan bahwa konseling individual adalah sebagai hubungan tatap muka antara konselor dengan klien, dimana konselor sebagai seseorang yang memiliki kompetensi khusus memberikan suatu situasi belajar kepada

---

<sup>14</sup> Dewa Ketut Sukardi dan Nila Kusmawati, *Proses Bimbingan dan Konseling di Sekolah*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h. 62

<sup>15</sup> Prayitno dan Erman Amti, *Dasar-Dasar Bimbingan dan Konseling*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015), Cet Ke 3. h. 288-289.

klien sebagai seorang yang normal, klien dibantu untuk mengetahui dirinya, situasi yang dihadapi dan masa depan sehingga klien dapat menggunakan potensinya untuk mencapai kebahagiaan pribadi maupun sosial, dan lebih lanjut klien dapat belajar tentang bagaimana memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan di masa depan.<sup>16</sup>

Alfred Adler menjelaskan bahwa konseling individual memandang bahwa setiap manusia pada dasarnya mempunyai perasaan rendah diri (*inferiority*), yaitu perasaan lemah dan tidak berdaya yang timbul sebagai pengalaman dalam interaksinya dengan orang dewasa atau lingkungannya. Perasaan tersebut dapat bersumber kepada perbedaan-perbedaan kondisi fisik, psikologis ataupun sosial. Namun kelemahan-kelemahan ini yang membuat manusia lebih unggul dari makhluk-makhluk lainnya, karena mendorong manusia untuk memperoleh kekuatan, kekuasaan, kebebasan, keunggulan, dan kesempurnaan, atau rasa superioritas melalui upaya-upaya kompensasi. Perkembangan perilaku dan pribadi manusia selalu digerakkan dari kondisi serba kekurangan (*inferiority*) kearah kelebihan (*superiority*). Namun demikian konsep superioritas ini tidak berarti harus lebih kuat atau lebih pintar dari orang lain, tetapi lebih kepada superior dalam dirinya sendiri (*superior within himself atau superiroyty over self*).<sup>17</sup>

Dari beberapa pendapat di atas maka dapat disimpulkan bahwa konseling individu merupakan suatu layanan konseling yang diselenggarakan oleh konselor terhadap klien untuk mengentaskan suatu masalah yang dihadapi klien. Jadi konseling individu adalah proses pemberian bantuan yang mana klien bertemu dengan konselor secara langsung (*face to face*) dan di dalamnya terjadi interaksi. Hubungan konseling bersifat pribadi yang menjadikan klien nyaman dan terbuka untuk mengungkapkan permasalahan yang terjadi.

---

<sup>16</sup> Syamsu Yusuf, *Konseling Individual (Konsep Dasar dan Pendekatan)*, (Bandung: Refika Aditama, 2016), h. 49

<sup>17</sup> Alwisol, *Psikologi Kepribadian*, (Malang: Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang, 2005), h. 78

## 2. Tujuan Konseling Individual

Konseling individu memiliki dua tujuan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Secara umum tujuan konseling adalah supaya klien dapat mengubah perilakunya ke arah yang lebih maju, melalui terlaksananya tugas-tugas perkembangan secara optimal, kemandirian, dan kebahagiaan hidup. Secara khusus, tujuan konseling tergantung dari masalah yang dihadapi oleh masing-masing klien.<sup>18</sup>

Layanan konseling tidak hanya bersifat penyembuhan atau pengentasan (*curative*) masalah saja, melainkan konseling juga bertujuan agar klien setelah mendapatkan pelayanan konseling, diharapkan ia dapat menghindari masalah-masalah dalam hidupnya (*preventive*), memperoleh pemahaman diri dan lingkungannya, dapat melakukan pemeliharaan dan pengembangan terhadap kondisi dirinya yang sudah baik agar tetap menjadi baik, dan dapat juga dapat melakukan diri ke arah pencapaian semua hak-haknya sebagai pelajar maupun sebagai warga negara (*advokasi*).<sup>19</sup>

Dari pernyataan di atas maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari konseling individu adalah mengentaskan permasalahan klien agar ia dapat menjadi lebih baik dari sebelumnya dan membuat klien menjadi mandiri serta dapat mengantisipasi permasalahan yang sama sehingga dapat dicegah.

---

<sup>18</sup> Hartono dan Boy Soedarmadji, *Psikologi Konseling*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h. 30

<sup>19</sup> Prayitno, Erman Amti. *Dasar-Dasar Bimbingan Dan Konseling*,....., h. 165

### 3. Fungsi Konseling Individual

Layanan konseling mempunyai beberapa fungsi yang dipenuhi melalui pelaksanaan kegiatan konseling. Adapun fungsi-fungsi konseling tersebut adalah:<sup>20</sup>

a. Fungsi pemahaman

Fungsi pemahaman adalah fungsi konseling yang menghasilkan pemahaman bagi klien tentang dirinya (seperti bakat, minat, pemahaman kondisi fisik), lingkungannya (seperti lingkungan alam sekitar), dan berbagai informasi (misalnya informasi tentang pendidikan dan informasi karir).

b. Fungsi pencegahan

Fungsi pencegahan adalah fungsi konseling yang menghasilkan kondisi bagi tercegahnya atau terhindarnya klien dari berbagai permasalahan yang mungkin timbul, yang dapat mengganggu, menghambat, dan kerugian-kerugian tertentu dalam kehidupan dan proses perkembangannya.

c. Fungsi pengentasan

Fungsi ini menghasilkan kemampuan klien untuk memecahkan masalah-masalah yang dialami klien dalam kehidupan dan perkembangannya.

---

<sup>20</sup> Willis S. Sofyan. *Konseling Individual Teori dan Praktek*. (Bandung: CV Alfabeta, 2007), h.36

d. Fungsi pemeliharaan dan pengembangan

Fungsi pemeliharaan dan pengembangan adalah fungsi konseling yang menghasilkan kemampuan klien untuk memelihara dan mengembangkan berbagai potensi atau kondisi yang sudah baik tetap menjadi baik untuk lebih dikembangkan secara mantap dan berkelanjutan.

e. Fungsi advokasi

Fungsi konseling ini menghasilkan kondisi pembelaan terhadap berbagai bentuk pengingkaran atas hak-hak atau kepentingan pendidikan dan perkembangan yang dialami klien.

Beberapa fungsi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa fungsi konseling individu adalah dimana konselor dapat memberikan pemahaman kepada klien tentang permasalahan yang dihadapinya, ketika klien telah memahami maka permasalahan tersebut dapat dientaskan dan dicegah dampak dari permasalahan klien serta klien juga dapat memelihara dan mengembangkan potensi agar tetap dalam keadaan menjadi lebih baik lagi.

#### **4. Asas-Asas Konseling Individual**

Asas-asas konseling memperlancar pengembangan proses yang ada di dalam layanan konseling individual. Konselor memasuki pribadi klien dan klien memasuki pribadinya. Proses layanan konseling dikembangkan sejalan dengan suasana yang demikian, sambil di dalamnya dibangun kemampuan

husus klien untuk keperluan kehidupannya. Ada beberapa asas-asas di dalam konseling di antaranya sebagai berikut:<sup>21</sup>

a. Kerahasiaan

Hubungan interpersonal yang amat intens sanggup membongkar berbagai isi pribadi yang paling dalam sekalipun, terutama pada sisi klien. Segenap rahasia pribadi klien yang terbongkar menjadi tanggung jawab penuh konselor untuk melindunginya. Keyakinan klien akan adanya perlindungan yang demikian itu menjadi jaminan untuk suksesnya pelayanan.

b. Kesukarelaan

Dalam pelayanan konseling, seorang klien secara suka rela tanpa ragu meminta bantuan kepada konselor. Klien adalah individu yang membutuhkan konseling tanpa adanya paksaan dari pihak lain. Jadi sebagai konselor harus memberikan bantuan dengan ikhlas tanpa memaksa klien dalam proses konseling.

c. Keterbukaan

Keterbukaan artinya adanya perilaku yang terus terang, jujur tanpa ada keraguan untuk membuka diri baik pihak klien maupun konselor. Asas keterbukaan hanya bisa diwujudkan jika konselor dapat melaksanakan asas kerahasiaan, dan klien percaya bahwa konseling bersifat rahasia.

---

<sup>21</sup> Prayitno, *Seri Layanan Konseling*, (Padang, 2004), h. 10-14

d. Kekinian

Masalah klien yang langsung dibahas dalam konseling adalah masalah-masalah yang sedang dirasakan/dialami sekarang, bukan masalah lampau, dan juga bukan masalah yang mungkin akan dialami di masa mendatang.

e. Kemandirian

Pelayanan konseling bertujuan menjadikan klien memiliki kemampuan untuk menghadapi dan memecahkan masalahnya sendiri, sehingga ia dapat mandiri, tidak tergantung pada orang lain ataupun konselor. Kemandirian konseling sebagai hasil konseling menjadi fokus dari pelayanan konseling yang harus disadari baik oleh konselor maupun klien, dengan demikian pelayanan konseling dapat memberikan kontribusi nyata dalam kehidupan klien di masyarakat.

f. Kegiatan

Kegiatan adalah seperangkat aktivitas yang harus dilakukan klien untuk mencapai tujuan konseling. Aktivitas itu dibangun klien bersama konselor dalam proses konseling, dengan demikian pada diri konseli dapat mengalami kemajuan-kemajuan yang berarti sesuai dengan harapan.

g. Kedinamisan

Usaha pelayanan konseling menghendaki terjadinya perubahan pada diri klien, yaitu perubahan perilaku ke arah yang lebih baik. Perubahan perilaku itu bersifat maju (progressive) bukan perubahan kearah kemunduran dengan demikian klien akan mengalami perubahan ke arah perkembangan pribadi yang dihendeki.

#### h. Keterpaduan

Layanan konseling berusaha memadukan aspek kepribadian klien, supaya mampu melakukan perubahan ke arah lebih maju. Keterpaduan antara minat, bakat, intelegensi, emosi, dan aspek kepribadian lainnya akan dapat melahirkan suatu kekuatan (potensi) pada diri klien.

#### i. Kenormatifan

Dalam layanan konseling individu adalah normatif, sebab tidak ada satupun yang boleh terlepas dari kaidah-kaidah norma yang berlaku, baik norma agama, adat, hukum, ilmu, dan kebiasaan harus serasi dengan normanorma yang berlaku.

#### j. Keahlian

Konselor haruslah seorang yang ahli dan professional dalam pengembangan konseling individu untuk kepentingan klien. Keahlian konselor itu diterapkan dalam suasana yang sukarela, terbuka dan aktif agar klien mampu mengambil keputusan sendiri dalam kondisi kenormatifan yang tinggi.

#### k. Alih Tangan Kasus

Tidak semua masalah yang dialami konseli menjadi wewenang konselor. Artinya konselor memiliki keterbatasan kewenangan, bila klien mengalami masalah emosi yang berat seperti stress berat, sakit jiwa, maka kasus ini di luar kewenangan konselor dan harus dialih tangankan kepada pihak lain, misalnya klien mengalami gangguan kepribadian berat maka menjadi wewenang psikiater, gangguan fisik (medis) maka menjadi wewenang dokter, dan sebagainya.

### 1. Tut Wuri Handayani

Asas ini memberikan makna bahwa layanan konseling merupakan bentuk pengaruh konselor kepada klien dalam arti positif, dan konselor juga mempengaruhi klien untuk dapat memahami dirinya, lingkungannya, serta menggunakan lingkungan sebagai aspek yang dapat berperan aktif dalam upaya mencapai tingkat perkembangan optimal.

Dari uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa asas-asas konseling sangat diperlukan dalam menyelenggarakan pelayanan konseling, dan asas-asas juga dianggap sebagai suatu rambu-rambu dalam pelaksanaan konseling yang harus diketahui dan diterapkan oleh konselor dan klien agar konseling dapat berjalan dengan baik.

## **5. Tahap-Tahap Konseling Individual**

### a. Tahap awal

Menurut Abu Bakar tahap awal dilaksanakan dengan tujuan untuk mendiptakan hubungan baik antara konselor dengan klien dalam proses konseling individual, tahapan ini diharapkan dapat memberikan arah konseling secara cepat, sehingga klien memiliki persepsi yang tepat terhadap hakikat konseling.<sup>22</sup>

Dalam tahapan awal ada dua langkah yang perlu diperhatikan oleh konselor, yaitu pembinaan hubungan baik dan penetapan Batasan konseling.

---

<sup>22</sup> Abu Bakar Baraja, *Psikologi Konsleing dan Teknik Konseling*, (Jakarta: Studi Press, 2003), h. 38

- 1) Dalam pembinaan hubungan baik antara konselor dan klien, adanya rasa percaya antara keduanya, saling menerima dan bekerja sama dalam menyelesaikan masalah klien.
- 2) Batasan konseling, maksudnya dimana konselor berusaha mengarahkan masalah yang terjadi pada klien, konselor diharapkan dapat mencari satu masalah utama sebagai awal pembahasan masalah, yang nantinya berkaitan dengan masalah-masalah yang lainnya, maka konselor dapat fokus pada masalah penting.

b. Tahap inti

Berangkat dari definisi masalah klien yang disepakati pada tahap awal, kegiatan selanjutnya adalah memfokuskan pada; (1) penjelajahan masalah klien; (2) bantuan apa yang akan diberikan berdasarkan penilaian kembali apa-apa yang telah dijelajah tentang masalah klien; (3) menilai kembali masalah klien akan membantu klien memperoleh perspektif baru, alternatif baru, yang mungkin berbeda dari sebelumnya, dalam rangka mengambil keputusan dan tindakan. Dengan adanya perspektif baru, berarti ada dinamika pada diri klien menuju perubahan. Tanpa perspektif maka klien sulit untuk berubah.

Salah satu teknik yang di pilih peneliti dalam tahap inti untuk konseling individual adalah teknik *self-management*. Peneliti memilih teknik *self-management* dalam mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa dengan alasan karena teknik ini bertujuan untuk membantu konseli dalam mengatur, memantau, dan mengevaluasi dirinya sendiri

dalam mencapai perubahan tingkah laku ke arah yang lebih baik yaitu konseli dapat mengelola keungan, lebih mendahulukan kebutuhan dari pada keinginan semata, dan tidak mudah terpengaruh oleh lingkungan sosial yang berdampak buruk pada dirinya. Menurut Gunarsa mengemukakan bahwa “pengelolaan diri (*self-management*) adalah prosedur dimana klien menggunakan keterampilan dan teknik mengurus diri untuk menghadapi masalahnya, *self-management* proses dimana konseli mengarahkan perubahan tingkah laku mereka sendiri, dengan menggunakan satu strategi atau kombinasi strategi.”<sup>23</sup>

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan bahwa teknik *self-management* merupakan teknik terapi dalam konseling behavior yang membantu konseli dapat mendorong diri sendiri untuk maju, untuk dapat mengatur, memantau dan mengevaluasi dirinya sendiri dalam mencapai perubahan kebiasaan tingkah laku yang lebih baik dalam kehidupan pribadi melalui tahap menentukan perilaku sasaran, memonitor perilaku tersebut, memilih prosedur tersebut, dan mengevaluasi efektivitas prosedur tersebut.

Adapun tujuan-tujuan dari tahap pertengahan ini yaitu:

- 1) Menjelajahi dan mengeksplorasi masalah, isu, dan kepedulian klien lebih jauh.

Dengan penjelajahan ini, konselor berusaha agar kliennya mempunyai prespektif dan alternatif baru terhadap masalahnya.

---

<sup>23</sup> Gunarsa Singgih D. *Konseling dan Psikoterapi*, (Jakarta: Libri, 2011), h. 204.

Konselor mengadakan reassessment (penilaian kembali) dengan melibatkan klien, artinya masalah dinilai bersama-sama. Jika klien bersemangat, berarti dia sudah begitu terlibat dan terbuka. Dia akan melihat masalahnya dari prepektif atau pandangan yang lain yang lebih objektif dan mungkin pula berbagai alternatif.

2) Menjaga agar hubungan konseling selalu terpelihara.

Hal ini bisa terjadi jika: pertama, klien merasa senang terlibat dalam pembicaraan atau wawancara konseling, serta menampakkan kebutuhan untuk mengembangkan potensi diri dan memecahkan masalahnya. Kedua, konselor berupaya kreatif dengan keterampilan yang bervariasi, serta memelihara keramahan, empati, kejujuran, keikhlasan dalam memberi bantuan. Kreativitas konselor dituntut pula untuk membantu klien menemukan berbagai alternatif sebagai upaya untuk menyusun rencana bagi penyelesaian masalah dan pengembangan diri.

3) Proses konseling agar berjalan sesuai kontrak.

Kontrak dinegosiasikan agar betul-betul memperlancar proses konseling. Karena itu konselor dan klien agar selalu menjaga perjanjian dan selalu mengingat dalam pikirannya. Pada tahap pertengahan konseling ada lagi beberapa strategi yang perlu digunakan konselor yaitu: pertama, mengkomunikasikan nilai-nilai inti, yakni agar klien selalu jujur dan terbuka, dan menggali lebih dalam masalahnya. Karena kondisi sudah amat kondusif, maka

klien sudah merasa aman, dekat, terundang dan tertantang untuk memecahkan masalahnya. Kedua, menantang klien sehingga dia mempunyai strategi baru dan rencana baru, melalui pilihan dari beberapa alternatif, untuk meningkatkan dirinya.

c. Tahap Akhir

Pada tahap akhir ini terdapat beberapa hal yang perlu dilakukan, yaitu:

- a) Konselor bersama klien membuat kesimpulan mengenai hasil proses konseling.
- b) Menyusun rencana tindakan yang akan dilakukan berdasarkan kesepakatan yang telah terbangun dari proses konseling sebelumnya.
- c) Mengevaluasi jalannya proses dan hasil konseling (penilaian segera).
- d) Membuat perjanjian untuk pertemuan berikutnya

Pada tahap akhir ditandai beberapa hal, yaitu; (1) menurunnya perilaku konsumtif klien; (2) perubahan perilaku klien ke arah yang lebih positif, sehat dan dinamis; (3) pemahaman baru dari klien tentang masalah yang dihadapinya; dan (4) adanya rencana hidup masa yang akan datang dengan program yang jelas.

Menurut Sofyan Willis “Tahapan akhir ini dilaksanakan dengan maksud untuk mengadakan penilaian terhadap keefektifan proses bimbingan konseling dan penentuan kegiatan tindak lanjutnya”.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Sofyan Willis, *Konseling Individu*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), h. 238

Dibalik itu semua peran konselor dan klien juga dibutuhkan untuk memiliki hubungan timbal balik yang baik agar mampu merumuskan solusi yang tepat secara bersama.

## **B. Perilaku Konsumtif**

### **1. Pengertian perilaku**

Beberapa ahli berpendapat mengenai definisi perilaku antara lain:

- a. Menurut Azwar, mengemukakan bahwa perilaku manusia dipengaruhi oleh faktor seperti stimulus itu sendiri, latar belakang pengalaman setiap individu, motivasi, tujuan, dasar kepribadian dan sebagainya.<sup>25</sup> Perilaku setiap individu sangat berbeda disebabkan oleh lingkungan dimana ia bertempat tinggal, dengan berbedanya perilaku setiap individu maka berbeda pula kebutuhan setiap individu.
- b. Menurut Sadily, perilaku berasal dari bahasa Inggris disebut “*behavior*” yang berarti kelakuan, tindak tanduk, jalan, oleh karena itu lahirnya suatu perilaku seseorang erat kaitannya dengan berbagai faktor, baik internal, seperti sikap, pengetahuan, keyakinan, maupun faktor eksternal, seperti lingkungan, keluarga, pendidikan, kondisi sosial budaya masyarakat, dan lain-lain.

---

<sup>25</sup> Rasyid Masri, *Mengenal Sosiologi “Suatu Pengantar”* (Cet. I; Makassar: Alauddin University Press, 2011), h. 157-158.

- c. Kartini Kartono mengatakan bahwa, perilaku merupakan proses mental dari reaksi seseorang yang sudah tampak dan yang belum tampak atau masih sebatas keinginan.<sup>26</sup>

Perilaku identik dengan reaksi seseorang terhadap orang lain. Perilaku itu ditunjukkan dengan perasaan, tindakan, sikap keyakinan, kenangan, rasa hormat terhadap orang lain. Perilaku juga dapat diartikan sebagai tindakan sosial.<sup>27</sup> Perilaku yang dilakukan oleh minoritas membawa kepercayaan diri. Sebagai contoh, mempercantik diri cenderung untuk meningkatkan kepercayaan diri diantara mayoritas.<sup>28</sup>

Dari uraian di atas maka dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud perilaku manusia adalah perilaku yang menunjukan akan semua kegiatan atau aktivitas yang di lakukan oleh seseorang, melalui dari keyakinan, perasaan, dan sikap kepada orang lain.

## 2. Pengertian Perilaku Konsumtif

Kata “konsumtif” (sebagai kata sifat; lihat akhiran –if) sering diartikan sama dengan kata “konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-

---

<sup>26</sup> Heri Zan Pieter, Namora Lumongga Lubis, *Pengantar Psikologi Untuk Kebidanan* (Cet. I; Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), h. 28.

<sup>27</sup> Rusli Ibrahim, *Pembinaan Perilaku Sosial Melalui Pendidikan Jasmani* (Jakarta: direktorat Jendral olahraga, 2001), h. 19.

<sup>28</sup> 21 David G. Myers, *Psikologi Sosial* (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), h. 399.

barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.<sup>29</sup>

Perilaku konsumtif merupakan perilaku tidak lagi membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, tetapi membeli barang hanya semata-mata untuk membeli dan mencoba produk, walau sebenarnya tidak memerlukan produk tersebut.<sup>30</sup> Menurut Lubis sebagaimana yang dikutip oleh Lina & Rosyid, konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi.<sup>31</sup>

Perilaku konsumtif melekat erat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu di luar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*).<sup>32</sup> Secara pragmatis perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya. Atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.<sup>33</sup>

---

<sup>29</sup> Elly Syarifah, *Meraup Keuntungan dari Pasar Remaja: Aneka Bisnis untuk Pasar Remaja*, (Bandung: Salamadani Pustaka Semesta, 2010), h. 14.

<sup>30</sup> Djamaluddin Ancok, *Psikologi Terapan: Mengupas Dinamika Kehidupan Umat Manusia*, (Yogyakarta: Darussalam, 2004), h. 70.

<sup>31</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*, (Bandung: Alfabeta, 2002), h. 117.

<sup>32</sup> Nur Fitriyani dkk, *Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang*, *Jurnal Psikologi Undip (Online)*, Vol.12, No.1, April (2013), email:phytrycayangmum@yahoo.com. Diakses 09 September 2017.

<sup>33</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan...*, h. 117

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli suatu barang yang sebenarnya kurang diperlukan, melainkan membeli karena ingin mencoba produk tersebut, membeli karena banyak orang yang memakai produk tersebut, dan perilaku ini merupakan perilaku yang mengarah kepada kesenangan yang lebih mengutamakan faktor keinginan dari pada faktor kebutuhan.

### **3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif**

Menurut Dharmmesta dan Handoko, faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah adanya faktor internal dan faktor eksternal.<sup>34</sup>

#### **a. Faktor Internal**

- 1) Motivasi. Motivasi adalah dorongan yang disadari untuk mempengaruhi tingkah laku seseorang agar tergerak untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu.
- 2) Pengamatan. Pengamatan merupakan proses penerimaan dan adanya rangsangan (*stimuli*) di dalam lingkungan *intern* dan *ekstern*, sehingga pengamatan bersifat aktif. Terjadinya pengamatan dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau dan sikap sekarang dari individu.
- 3) Belajar. Proses belajar terjadi karena adanya interaksi antara manusia yang pada dasarnya bersifat individual dengan lingkungan khusus tertentu. Sebagai hasil interaksi terbentuklah hubungan antara kebutuhan-kebutuhan dan tanggapan-tanggapan antara tegangan

---

<sup>34</sup> Murisal, *Pengaruh Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Puteri*, Jurnal Ilmiah Kajian Gender (Online), Vol. 2, No. 2, (2012). Diakses 17 September 2017.

dengan perilaku yang mengubah tegangan tersebut. Tanggapan individu sangat dipengaruhi oleh pengalaman masa lampau. Jika individu merasa puas, tanggapannya akan diperkuat dan ada kecenderungan tanggapan yang sama akan terulang. Tetapi jika tanggapan yang ditimbulkan tidak diperkuat, maka kebiasaan membeli produk akan berkurang. Jadi, dalam proses pembelian seseorang selalu mempelajari sesuatu.

- 4) Kepribadian dan konsep diri. Kepribadian menggambarkan organisasi sifat-sifat, sikap dan kebiasaan orang perorangan yang berwatak membedakan yang satu terhadap yang lain. Kepribadian mencakup kebiasaan-kebiasaan maupun sikap, ciri-ciri sifat atau watak yang khas yang menentukan perbedaan perilaku tiap-tiap individu yang berkembang jika berhubungan dengan orang lain. Sedangkan konsep diri merupakan gambaran individu tentang diri sendiri.
- 5) Sikap. Sikap (*attitude*) seseorang adalah *predisposisi* (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan, yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku individu bisa merupakan sikap positif ataupun negatif (menerima atau menolak) terhadap produk-produk tertentu.

b. Faktor Eksternal

- 1) Kebudayaan. Kebudayaan menurut ilmu antropologi adalah keseluruhan sistem gagasan, tindakan dan hasil karya manusia dalam rangka

kehidupan masyarakat yang dijadikan milik diri manusia dengan belajar. Hal tersebut berarti hampir seluruh perilaku manusia terbentuk melalui proses belajar (*learned behavior*). Perilaku konsumtif individu ditentukan oleh kebudayaan yang tercermin pada cara hidup, kebiasaan dan tradisi dalam permintaan barang dan jasa di pasar.

- 2) Kelas sosial. Kelas sosial adalah pembagian dalam suatu masyarakat yang relatif homogen dan langgeng yang disusun secara bertingkat dan yang anggota-anggotanya mempunyai nilai, minat atau kepentingan dan perilaku yang sama.
- 3) Kelompok sosial dan kelompok referensi. Kelompok sosial adalah kesatuan sosial yang menjadi tempat individu berinteraksi satu sama lain, karena adanya hubungan diantara mereka, kelompok sosial terbagi lagi menjadi kelompok teman sebaya (*peer group*) yaitu individu merasakan kesamaan satu dengan yang lain, seperti dibidang usia, kebutuhan dan tujuan yang memperkuat bahasa tersebut. Sedangkan kelompok referensi adalah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang (bukan anggota kelompok tersebut) untuk membentuk kepribadian dan perilaku. Jadi dengan adanya interaksi individu dengan kelompok akan mempengaruhi individu berperilaku konsumtif.

#### **4. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif**

Menurut Sumartono, secara operasional aspek-aspek perilaku konsumtif adalah:<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan...*, h. 119.

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

Remaja membeli suatu barang karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.

- b. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen remaja akhir sangat mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna yang menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

Konsumen remaja akhir mempunyai keinginan membeli yang tinggi, karena pada umumnya remaja mempunyai ciri khas dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya dengan tujuan agar remaja selalu berpenampilan yang dapat menarik perhatian orang lain. Remaja akhir membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri.

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

Konsumen remaja akhir cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

Menurut Donni Juni Priansa ilmu tentang aspek-aspek gaya hidup hedonism adalah sebagai pengukuran *activit, interes,, opinion*, (AIO), secara rinci dijabarkan sebagai berikut:<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Donni Juni Priansa, Op.Cit h.189

- a. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Remaja akhir mempunyai kemampuan membeli yang tinggi baik dalam berpakaian, berdandan, gaya rambut, dan sebagainya sehingga hal tersebut 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 di mata orang lain.

- b. Memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk.

Remaja akhir cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolaknya dalam bentuk menggunakan segala sesuatu yang dapat dipakai tokoh idolanya. Remaja juga cenderung memakai dan mencoba produk yang ditawarkan bila ia mengidolakan publik figur produk tersebut.

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

Remaja akhir akan tergolong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya apa yang dikatakan oleh iklan dapat menambah kepercayaan diri.

- d. Mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda).

Remaja akhir akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

e. Kegiatan (*Activities*)

Berkaitan dengan pernyataan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang mereka lakukan untuk mengisi waktu luang, serta berbagai aktivitas lainnya.

f. Minat (*Interest*)

Minat berhubungan dengan kesukaan, kegemaran dan prioritas dalam hidup konsumen. Minat juga berkaitan dengan objek, peristiwa, atau topik tertentu yang menjadi perhatian khusus maupun terus-menerus bagi konsumen.

g. Pendapat (*Opinion*)

Pendapat merupakan pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu tertentu. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan, dan evaluasi seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang, dan penimbangan konsekuensi yang memberi ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

Menurut peneliti karena ada persamaan pengertian maka aspek c dengan e dijadikan satu aspek dan aspek d dan g dijadikan satu aspek. Berdasarkan uraian tersebut dapat di simpulkan bahwa aspek-aspek yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif ada 6 yaitu: Membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi atau hanya sekedar menjaga simbol status, membeli produk atas pertimbangan harga (membeli produk dengan harga mahal akan

menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi), membeli produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, membeli lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

## 5. Bentuk-Bentuk Perilaku Konsumtif

Tambahan berpendapat dua bentuk mendasar dalam perilaku konsumtif, yaitu:<sup>37</sup>

### a. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan.

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, apalagi remaja akhir yang belum berpenghasilan sendiri. Pemborosan terjadi karena perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Inefisiensi biaya terjadi karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

### b. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata.

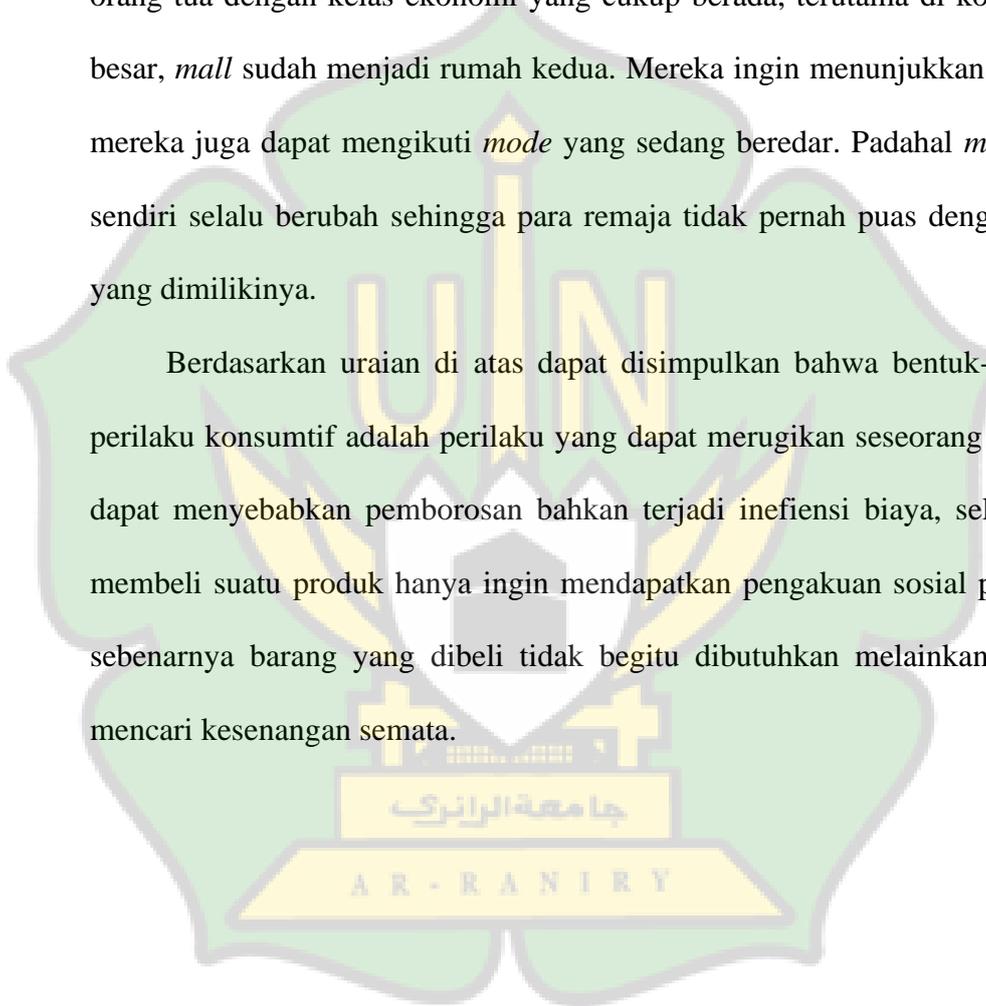
Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa

---

<sup>37</sup> Asti Asri, "Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Babela", Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi (Online), Vol. 1, No. 1, Oktober (2012), email:ghiazz23@yahoo.com. Diakses 17 September 2017.

memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini justru menimbulkan perilaku konsumtif. Rasa cemas disini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan. Mengikuti mode terjadi di kalangan remaja yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, *mall* sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti *mode* yang sedang beredar. Padahal *mode* itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk-bentuk perilaku konsumtif adalah perilaku yang dapat merugikan seseorang karena dapat menyebabkan pemborosan bahkan terjadi inefisiensi biaya, selain itu membeli suatu produk hanya ingin mendapatkan pengakuan sosial padahal sebenarnya barang yang dibeli tidak begitu dibutuhkan melainkan untuk mencari kesenangan semata.



### BAB III

## METODE PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian.<sup>38</sup>

Metode yang akan peneliti gunakan dalam penelitian adalah rancangan metode eksperimen, yang artinya mengidentifikasi atau menunjukkan adanya suatu pengujian (tes).<sup>39</sup> Jenis yang peneliti ambil di dalam metode eksperimen adalah *pre-Experimental* (pra-eksperimen) dengan desain *One Group Pre-test Post-test-Design* yang artinya melihat perbandingan sebelum dan sesudah diberikannya perlakuan.<sup>40</sup> Desainnya sebagai tabel 3.1 di bawah ini:

**Tabel 3.1 Desain One Group Pre-Test-Post-Test**

<i>Pre-Test</i>	<b>Variable Terikat</b>	<i>Post-Test</i>
O1	X	O2

(Sumber: Juliansyah Noor, 2013)

Keterangan:

- O1 = Kondisi awal perilaku konsumtif pada mahasiswa sebelum diberikan perlakuan (*pre-test*)
- X = Adanya perlakuan dengan menggunakan konseling individual
- O2 = Kondisi akhir perilaku konsumtif pada mahasiswa setelah diberikan perlakuan (*post-test*).

---

<sup>38</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*, (Bandung: Alfabeta, cv, 2016), h. 14.

<sup>39</sup> Nyoman Dantes, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: ANDI, 2012), h. 94.

<sup>40</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 115.

Pada desain tabel 3.1 di atas, peneliti melakukan satu kali pengukuran pada suatu objek di depan (*pre-test*) sebelum adanya pelakuan (*treatment*), kemudian peneliti memberikan perlakuan (*treatment*) tertentu sebanyak 6 kali dan setelah itu dilakukan pengukuran lagi untuk kedua kalinya (*post-test*).

## **B. Lokasi, Populasi Sampel Penelitian**

### **1. Lokasi**

Lokasi penelitian diambil mahasiswa dari Universitas Uin Ar-Raniry Banda Aceh, Universitas Syiah Kuala Banda Aceh dan STKIP BBG Banda Aceh.

### **2. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>41</sup> Populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan.<sup>42</sup>

Menurut Rusdin Pohan, populasi adalah keseluruhan dari objek peneliti.<sup>43</sup> Jadi populasi adalah keseluruhan obyek penilaian yang terdiri dari benda-benda, hewan, tumbuh-tumbuhan, gejala-gejala, tes nilai, atau peristiwa-peristiwa sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi

---

<sup>41</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, h. 117.

<sup>42</sup> S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2005), h. 118

<sup>43</sup> Burhan Bung, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 99.

dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang memiliki bentuk-bentuk perilaku konsumtif yang kuliah di Banda Aceh.

Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Uin Ar-Raniry, mahasiswa Syiah Kuala dan mahasiswa STKIP BBG. Pertimbangan memilih universitas tersebut karena telah melakukan observasi awal kepada mahasiswanya langsung.

### 3. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang dipilih untuk sumber data.<sup>44</sup> Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang kepada seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.<sup>45</sup> Adapun jenis *nonprobability sampling*, yang digunakan peneliti adalah *purposive sampling*. Menurut Juliansyah *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan khusus sehingga layak untuk dijadikan sampel, sampel diambil berdasarkan dari aspek-aspek perilaku konsumtif.<sup>46</sup>

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 10 mahasiswa. Jumlah sampel dapat dilihat dalam tabel 3.2 di bawah ini:

**Tabel 3.2 Jumlah Anggota Sampel Penelitian pada mahasiswa**

No	Mahasiswa	Jumlah sampel
1	Mahasiswa Uin Ar-raniry	5
2	Mahasiswa Syiah Kuala	3
3	Mahasiswa STKIP BBG	2
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>

<sup>44</sup> Sukardi, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2011), h. 54.

<sup>45</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan...*, h. 112.

<sup>46</sup> Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian...*, h. 155.

Berdasarkan tabel 3.2 di atas, alasan pemilihan mahasiswa dalam penelitian ini, berdasarkan hasil observasi awal dan informasi langsung dari mahasiswa tersebut.

### C. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati.<sup>47</sup> Instrumen yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *skala likert* dan lembar observasi. *Skala Likert* yang digunakan yaitu untuk mengukur sikap, persepsi, pendapat seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.<sup>48</sup> *Skala likert* dalam penelitian ini dengan bentuk *checklist*.

Lembar observasi dalam penelitian ini adalah prosedur penerapan konseling individual untuk mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dimana lembar observasi dalam penelitian ini berbentuk *checklist*. Setiap butir-butir pernyataan di dalam instrumen merupakan gambaran tentang perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Kisi-kisi instrumen perilaku konsumtif pada mahasiswa dikembangkan dari bentuk-bentuk perilaku konsumtif. Dimana di dalam kisi-kisi instrumen ini terdapat variabel, indikator, sub indikator, pernyataan positif (*favorable*), pernyataan negatif (*unfavorable*) total jumlah item pernyataan. Jumlah item pernyataan positif (*favorable*) sebanyak 40, dan item pernyataan negatif (*unfavorable*) sebanyak 45 sehingga total keseluruhan menjadi 85 item pernyataan.

---

<sup>47</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 118.

<sup>48</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian ....*, h. 134.

Kisi-kisi instrumen perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat dilihat pada tabel 3.3 di bawah ini:

**Tabel 3. 3 Kisi-kisi Instrumen Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa**

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Pernyataan		Total	
			+	-		
Perilaku konsumtif	Aspek perilaku konsumtif	Pembelian yang bersifat berlebihan (berfoya-foya)	6, 7, 8, 9	1, 2, 3, 4, 5	9	
		Adanya hadiah yang di tawarkan	10, 11, 12, 13, 14	15, 16, 17, 18, 19	10	
		Mencari kepuasan yang harus segera di penuhi (kepuasan semu)	20, 21, 22, 23, 24	25, 26, 27, 28, 29, 30	11	
		Keinginan membeli barang mahal untuk menarik perhatian orang lain	31, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 38	39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47	17	
	Aspek gaya hidup hedonis	Suka mencari perhatian	50, 51	48, 49	4	
		Membeli produk mahal agar percaya diri	52, 53, 54, 55, 56, 57, 58	59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66	16	
		Memakai dan mencoba produk yang diiklankan oleh idolanya	67, 68, 69, 70, 71	72, 73, 74, 75, 76	10	
		Memakai produk jenis yang sama dengan merek yang beda	77, 78, 79, 80	81, 82, 83, 84, 85	9	
	<b>Jumlah Total Keseluruhan</b>					<b>85</b>

Berdasarkan tabel 3.3 di atas, terlihat dari aspek-aspek perilaku konsumtif terdapat 85 item pernyataan, yang terdiri dari 40 item *favorable* (positif) dan 45 item *unfavorable* (negatif). Butir pernyataan *favorable* (positif) pada alternatif jawaban pada mahasiswa diberi skor 1-5. Apabila mahasiswa menjawab pada kolom Selalu (SL) diberi skor 5, kolom Sering (SR) diberi skor 4, kolom Kadang-Kadang (KK) diberi skor 3, kolom Jarang (JR) diberi skor 2, dan pada kolom Tidak Pernah (TP) diberi skor 1. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu; angket atau kuesioner dan dokumentasi. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya diberi skor 1.

Butir pernyataan *unfavorable* (negatif) apabila mahasiswa menjawab pada kolom Selalu (SL) diberi skor 1, kolom Sering (SR) diberi skor 2, kolom Kadang-Kadang (KK) diberi skor 3, kolom Jarang (JR) diberi skor 4, dan pada kolom Tidak Pernah (TP) diberi skor 5. Semakin tinggi alternatif mahasiswa maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa, dan apabila semakin rendah alternatif jawaban pada mahasiswa maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa. Ketentuan pemberian skor perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat dilihat pada tabel 3.4 di bawah ini:

**Tabel 3.4 Kategori Pemberian Skor Alternatif Jawaban**

No	Pilihan Jawaban	Bobot Nilai	
		<i>Favourable (+)</i>	<i>Unfavourable (-)</i>
	Selalu (SL)	5	1
	Sering (SR)	4	2
	Kadang-Kadang (KK)	3	3
	Jarang (JR)	2	4
	Tidak Pernah (TP)	1	5

Sebelum digunakan sebagai instrumen penelitian. Peneliti terlebih dahulu melakukan tahapan validitas instrumen. Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas konstruk dilakukan penimbangan oleh 2 orang dosen ahli yaitu Ibu Maulida Hidayati, M.Pd, Ibu Wanty Khaira, M.Ed, untuk menguji kelayakan instrumen. Masukan dari dosen ahli dijadikan landasan dalam penyempurnaan alat pengumpulan data yang dibuat.

### 1. Validitas instrumen

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan dan keshahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau shahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Valid berarti bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.<sup>49</sup>

Uji validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan atau keabsahan suatu alat ukur.<sup>50</sup> Uji Validitas diuji cobakan pada Mahasiswa Banda Aceh pada tanggal 21-24 September 2020 yang berjumlah 30 Mahasiswa. Pengujian validitas butir item yang dilakukan dalam penelitian adalah seluruh item yang terdapat dalam skala perilaku konsumtif pada mahasiswa. Pengolahan data dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 20. Lebih jelasnya hasil perhitungan validitas dengan menggunakan rumus *product moment* dengan rumus sebagai berikut:

---

<sup>49</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013), h. 211.

<sup>50</sup> Sunjoyo, dkk, *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*, (Bandung: Alfabeta, 2013), h. 38.

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara variable x dan variabel y, dua variable yang dikorelasikan (*product moment*)

N : *Number of Cases*.

$\sum XY$  : Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y

$\sum X$  : Jumlah seluruh skor X

$\sum Y$  : Jumlah seluruh skor Y<sup>51</sup>

Selanjutnya, hasil dari perhitungan validitas tersebut dianalisis dengan menggunakan tabel koefisien korelasi jika  $r$  hitung  $\geq r$  tabel (uji dua sisi dengan signifikansi 0.05) maka instrument tersebut berkorelasi signifikan terhadap skor total dan dinyatakan valid. Namun sebaliknya, apabila  $r$  hitung  $\leq r$  tabel (uji dua sisi dengan signifikansi 0.05) maka instrumen tersebut tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total, dan ini berarti instrument tersebut dinyatakan tidak valid.

Pengujian validitas dilakukan terhadap 85 item pernyataan dengan jumlah subjek 30 mahasiswa. Dari 85 item pernyataan diperoleh 57 item pernyataan yang valid dan 28 item tidak valid. Hasil uji validitas butir item dapat dilihat pada table 3.5 di bawah ini:

**Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Butir Item**

Kesimpulan	Item	Jumlah
Valid	1, 2, 3, 4, 6, 7, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 19, 20, 21, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 34, 36, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 51, 53, 59, 60, 61, 62, 64, 67, 69, 70, 72, 73, 74, 75, 81, 82, 83, 84	57

<sup>51</sup> Subaca, *Statistik Pendidikan*, (Bandung: Pustaka Setia, 2005), h. 148.

Tidak Valid	5, 8, 17, 18, 22, 23, 35, 37, 38, 49, 50, 52, 54, 55, 56, 57, 58, 63, 65, 66, 68, 71, 76, 77, 78, 79, 80, 85	28
-------------	--	----

## 2. Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas adalah konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda.<sup>52</sup> Reliabilitas berarti keterpercayaan atau keandalan, dimana suatu instrumen dapat dinyatakan andal dan terpercaya apabila instrumen tersebut dapat memberikan hasil yang sama setelah berkali-kali dilakukan pengukuran terhadap responden. Reliabilitas penting dilakukan agar dapat menentukan kualitas instrumen yang dikembangkan serta dapat diketahui apakah suatu instrumen layak untuk digunakan atau sebaliknya. Sebagai tolak ukur untuk menginterpretasikan derajat reliabilitas, maka dapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel 3.6 di bawah ini:<sup>53</sup>

**Tabel 3.6 Interval Koefisien Derajat Reliabilitas**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599 S	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat Kuat

(Sumber: Sugiyono, 2009)

Berdasarkan tabel 3.6 di atas, dijelaskan bahwa jika hasil reliabilitas 0,00-0,199 maka tingkat reliabilitas kategori sangat rendah, jika 0,20-0,399 maka tingkat reliabilitas kategori rendah, jika 0,40-0,599 maka tingkat reliabilitas

<sup>52</sup> Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Fajar Interpratama Mandiri, 2014), h. 234-242.

<sup>53</sup> sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 231.

kategori sedang, jika 0,60-0,799 maka tingkat reliabilitas kategori kuat dan jika 0,80-1,000 maka tingkat reliabilitas kategori sangat kuat.

Untuk dapat mengetahui nilai *cronbach's alpha* maka dilihat hasil dari output SPSS seri 20 pada tabel 3.7 di bawah ini:

**Tabel 3.7 Cronbach's Alpha Reliability Statistics**

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.933	57

(Sumber: Output SPSS Versi 20)

Berdasarkan tabel 3.7 di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai *cronbach's alpha* adalah 0,933 dari 57 item instrumen.

Hasil reliabilitas *cronbach's alpha* untuk skala perilaku konsumtif dan kategori reliabilitas dijelaskan kembali dalam tabel 3.8 di bawah ini:

**Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif**

<b>Variable</b>	<i>Cronbach's Alpha</i>	<b>N of Items</b>	<b>Tafsiran</b>
Perilaku Konsumtif	,933	57	Reliabilitas Kuat

Berdasarkan tabel 3.8 di atas terdapat nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,933 dari jumlah 57 item pernyataan, maka tolak ukur yang telah dijelaskan di atas dapat disimpulkan bahwa item-item pernyataan masuk ke dalam derajat reliabilitas kuat. Maka item-item pernyataan yang telah valid tersebut dapat digunakan untuk pelaksanaan penelitian.

#### **D. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data.<sup>54</sup> Upaya pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan skala dan observasi.

<sup>54</sup> Ahmad Nizar Rangkti, *Metode Penelitian Pendidikan*, (Bandung: Citapustaka Media, 2014), h. 120.

## 1. Skala

Skala adalah Instrumen penelitian yang digunakan dalam *skala likert* dapat dibuat dalam bentuk *check list*. *Skala likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Peneliti dapat memperoleh berbagai fakta dan opini mengenai mahasiswa yang diteliti melalui skala. Mahasiswa diminta memilih salah satu pilihan jawaban dengan memberi tanda cheklist yang telah disediakan. Pilihan jawaban yang diminta adalah jika deskripsi yang diberikan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

## 2. Observasi

Observasi adalah kegiatan pengamatan (pengambilan data) untuk memotret seberapa jauh efek tindakan telah mencapai sasaran.<sup>55</sup> Observasi adalah cara untuk mengumpulkan data yang diinginkan dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung.<sup>56</sup>

Pengamatan adalah suatu teknik penilaian yang dilakukan seseorang untuk mengamati ketercapaian indikator perilaku atau aspek tertentu dengan menggunakan indra, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada individu atau kelompok.

Berdasarkan permasalahan ini, peneliti menggunakan teknik observasi dengan jenis nonpartisipasi (*nonparticipant observation*). Jadi observasi

---

<sup>55</sup> Kunandar, *Langkah Mudah Penelitian Tindakan Kelas*, (Jakarta: PT. Rajawali Pers, 2010), h. 143.

<sup>56</sup> H.M. Umar, *Bimbingan dan Penyuluhan*, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2001), h. 123.

nonpartisipan adalah observasi yang menjadikan peneliti berperan sebagai penonton.

## E. Tehnik Analisis Data

Analisis data juga merupakan proses pengorganisasian data ke dalam bentuk suatu pola, kategori dan satuan uraian dasar sehingga ditemukan jawaban dari tujuan penelitian.<sup>57</sup> Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.

### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas data menggunakan bantuan *software SPSS versi 20* dengan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*.<sup>58</sup> Hipotesis dari uji normalitas adalah sebagai berikut:

Ho: Data berdistribusi normal ( $\text{sig.} > 0.05$ ).

Ha: Data tidak berdistribusi normal ( $\text{sig.} < 0.05$ ).<sup>59</sup>

Tahapan kriteria pengujian yang diambil berdasarkan nilai probabilitas adalah jika probabilitas ( $\text{sig.} > 0,05$ ), maka Ho diterima dan jika probabilitas ( $\text{sig.} < 0,05$ ), maka Ho ditolak.<sup>60</sup> Jika nilai probabilitas lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima dan jika nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka Ho di tolak. Untuk membuktikan normalitas data maka diuji dengan menggunakan SPSS.

<sup>57</sup> Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UI, 1989), h.89.

<sup>58</sup> Jonathan Sarwono dan Hendra Nur Salim, *Prosedur-Prosedur Populer Statistik Untuk Analisis Data Riset Skripsi*, (Yogyakarta: Gava Media, 2017), h. 135.

<sup>59</sup> Setia Prama, dkk, *Dasar-Dasar Statistika Dengan Software R Konsep dan Aplikasi*, (Bogor: Penerbit In Media, 2016), h.169.

<sup>60</sup> Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014), h. 153-167.

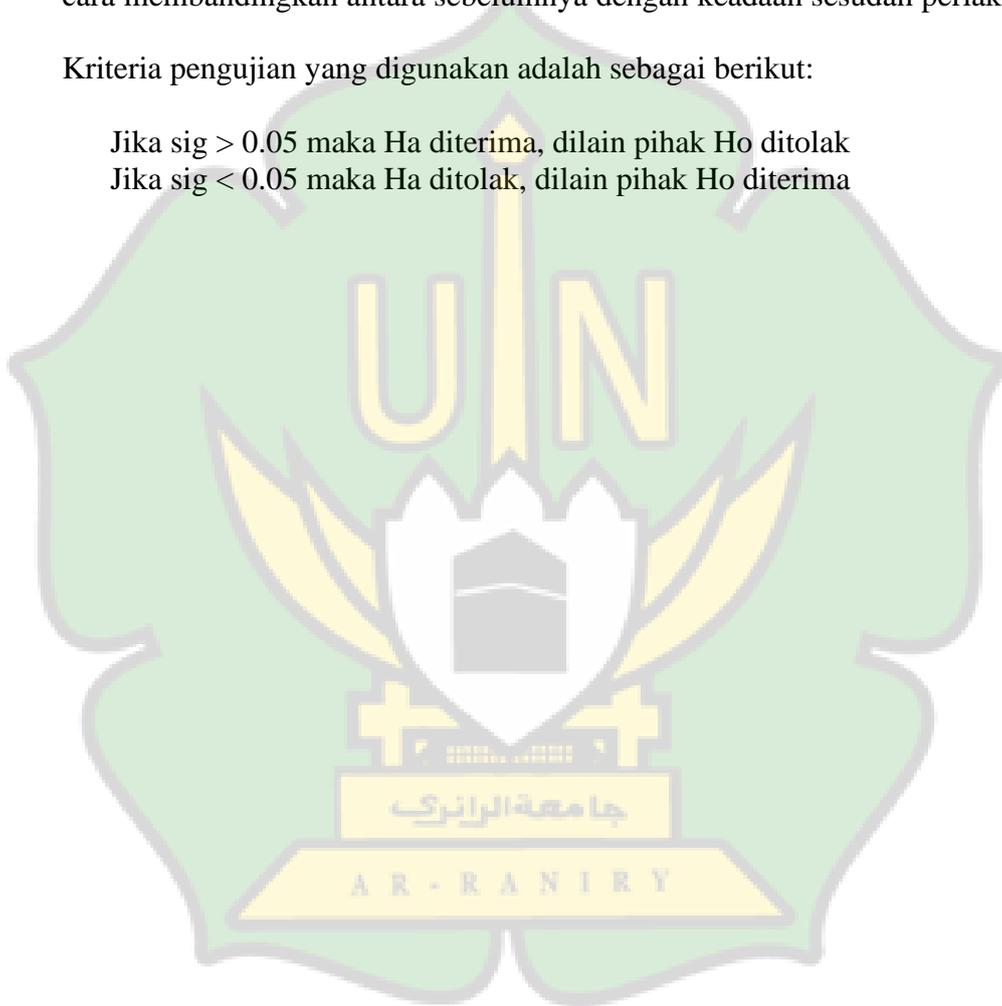
## 1. Uji-T

Skor t hasil penelitian menggunakan program SPSS versi 20 dengan menggunakan teknik analisis *Paired-Samples T-Test*. Uji-t bertujuan mengkaji efektivitas suatu perlakuan (*treatment*) dalam mengubah suatu perilaku dengan cara membandingkan antara sebelumnya dengan keadaan sesudah perlakuan.<sup>61</sup>

Kriteria pengujian yang digunakan adalah sebagai berikut:

Jika  $\text{sig} > 0.05$  maka  $H_a$  diterima, dilain pihak  $H_o$  ditolak

Jika  $\text{sig} < 0.05$  maka  $H_a$  ditolak, dilain pihak  $H_o$  diterima



---

<sup>61</sup> Furqon, *Statistik Terapan Untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2009), h. 198.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Bagian hasil penelitian mendeskripsikan hasil penelitian mengenai penerapan konseling individual melalui teknik *self-management* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa.

##### 1. Tingkat Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Sebelum Diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik *Self-Management*

Tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa dikelompokkan menjadi tiga kategori, yaitu: tinggi, sedang, dan rendah. Berikut tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa sebelum diberikan layanan konseling individual melalui teknik *self-management* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat dilihat pada tabel 4.1 di bawah ini:

**Tabel 4.1 Kategori Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa**

No	Batas Nilai	Kategori Perilaku Konsumtif
1	< 157	Tinggi
2	157-234	Sedang
3	> 234	Rendah

(Sumber: Microsoft Excel 2010)

Dari tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa batas nilai < 157 berada pada kategori perilaku konsumtif tinggi, yang artinya menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki batas nilai < 157 maka mahasiswa tersebut tergolong memiliki perilaku konsumtif tingkat tinggi. Selanjutnya batas nilai antara 157-234 berada pada kategori perilaku konsumtif sedang, yang artinya menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki batas nilai antara 157-234

maka mahasiswa tersebut tergolong memiliki perilaku konsumtif tingkat sedang. Selanjutnya batas nilai > 234 berada pada kategori perilaku konsumtif rendah, yang artinya menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki batas nilai > 234 maka mahasiswa tersebut tergolong memiliki perilaku konsumtif tingkat rendah.

Persentase kategori perilaku konsumtif yang di alami mahasiswa maka dapat di hitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut ini:

$$P = \frac{F \text{ (Skor yang dicapai)}}{N \text{ (Jumlah Skor Maksimal)}} \times 100\% \text{ .}^{62}$$

Dari rumus tersebut maka dapat dilihat hasil dari persentase kategori perilaku konsumtif mahasiswa pada tabel 4.2 dibawah ini:

**Tabel 4.2 Persentase Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa**

<b>Kategori Perilaku Konsumtif</b>	<b>F</b>	<b>Persentase Perilaku Konsumtif</b>
Tinggi	10	10,5 %
Sedang	61	64,2 %
Rendah	24	25,3 %
<b>Jumlah</b>	<b>95</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan hasil tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh tahun 2020 yang diwakili oleh 95 mahasiswa dengan kategori perilaku konsumtif tinggi terdapat 10 mahasiswa berada pada persentase 10,5 %, terdapat 61 mahasiswa dengan kategori perilaku konsumtif sedang berada pada persentase 64,2 %, dan terdapat 24 mahasiswa dengan kategori perilaku konsumtif rendah berada pada persentase 25,3 %.

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 95.

Berdasarkan persentase tabel 4.2 di atas, menunjukkan bahwa terdapat 10 mahasiswa yang memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi untuk dapat diberikan perlakuan (*treatment*) melalui layanan konseling individual. Adapun data hasil skor *pre-test* perilaku konsumtif yang diperoleh dijelaskan pada tabel 4.3 di bawah ini:

**Tabel 4.3 Skor *Pre-Test* Sebelum diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik *Self-Management***

No	Responden	Pre-test Kondisi Awal	Kategori Perilaku Konsumtif
1	SD	150	Tinggi
2	EY	148	Tinggi
3	UA	155	Tinggi
4	IJ	132	Tinggi
5	IR	161	Tinggi
6	PA	132	Tinggi
7	TH	133	Tinggi
8	MAF	130	Tinggi
9	SN	155	Tinggi
10	IJT	152	Tinggi
<b>Jumlah</b>		<b>1.448</b>	

(Sumber: Microsoft Excel 2010)

Berdasarkan tabel 4.3 di atas, dapat dijelaskan bahwa 10 mahasiswa yang menjadi sampel penelitian dengan kategori perilaku konsumtif tingkat tinggi. Hasil skor dari 10 jawaban mahasiswa adalah responden SD dengan skor *pre-test* 150 memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi, responden EY dengan skor *pre-test* 148 memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi, responden UA dengan skor *pre-test* 155 memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi, responden IJ dengan skor *pre-test* 132 memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi, responden IR dengan skor *pre-test* 161 memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi, responden PA dengan skor *pre-test* 132 memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi, responden TH dengan skor *pre-test* 133 memiliki

kategori perilaku konsumtif tinggi, responden MAF dengan skor *pre-test* 130 memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi, responden SN dengan skor *pre-test* 155 memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi, dan responden IJT dengan skor *pre-test* 152 memiliki kategori perilaku konsumtif tinggi. Sehingga jumlah keseluruhan skor *pre-test* dari masing-masing mahasiswa menjadi 1.448.

## 2. Tingkat Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Sesudah Diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik *Self-Management*.

Mahasiswa yang dipilih sebagai sampel dengan kategori perilaku konsumtif tingkat tinggi setelah diberikan perlakuan (*treatment*) melalui layanan konseling individual melalui teknik *self-management* maka memperoleh perubahan peningkatan skor *post-test* sehingga perilaku konsumtif berkurang menjadi sedang dan rendah. Berikut penjelasan hasil *post-test* dalam tabel 4.4 di bawah ini:

**Tabel 4.4 Skor *Post-Test* Sesudah diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik *Self-Management***

No	Responden	<i>Pos-test</i> Kondisi Akhir	Kategori Perilaku Konsumtif
1	SD	255	Rendah
2	EY	242	Rendah
3	UA	245	Rendah
4	IJ	247	Rendah
5	IR	239	Rendah
6	PA	234	Sedang
7	TH	237	Sedang
8	MAF	238	Sedang
9	SN	238	Sedang
10	IJT	235	Sedang
<b>Jumlah</b>		<b>2.410</b>	

(Sumber: Microsoft Excel 2010)

Berdasarkan tabel 4.4 di atas, dijelaskan bahwa setelah diberikan perlakuan (*treatment*) sebanyak 5 kali dengan topik yang berbeda kepada 5 mahasiswa melalui layanan konseling individual dengan teknik *self-management* dan 5 mahasiswa hanya dengan layanan konseling individual tanpa menggunakan teknik maka dapat dilihat perubahan kategori perilaku konsumtif pada mahasiswa dari hasil jawaban *post-test*. Hasil skor jawaban *post-test* dari masing-masing mahasiswa menjadi kategori perilaku konsumtif rendah dan sedang.

Hasil *post-test* menunjukkan responden SD dengan skor *post-test* 255 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat rendah, responden EY dengan skor *post-test* 242 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat rendah, responden UA dengan skor *post-test* 245 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat rendah, responden IJ dengan skor *post-test* 247 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat rendah, responden IR dengan skor *post-test* 239 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat rendah, responden PA dengan skor *post-test* 234 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat sedang, responden TH dengan skor *post-test* 237 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat sedang, responden MAF dengan skor *post-test* 238 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat sedang, responden SN dengan skor *post-test* 238 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat sedang, dan responden IJT dengan skor *post-test* 235 memiliki kategori perilaku konsumtif tingkat sedang. Sehingga jumlah keseluruhan skor *pre-test* dari masing-masing mahasiswa menjadi 2.410.

Berdasarkan hasil pengamatan, secara umum mahasiswa yang menjadi sampel penelitian menunjukkan peningkatan perubahan skor dalam perilaku konsumtif. Perubahan dilihat dari perilaku dan psikologis mahasiswa yang selama diberikannya perlakuan (*treatment*) oleh peneliti yaitu berupa kegiatan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*.

### 3. Profil Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Berdasarkan Aspek dan Indikator.

Perilaku konsumtif dalam penelitian terbagi ke dalam dua aspek yaitu aspek perilaku konsumtif dan aspek gaya hidup hedonis, adapun aspek perilaku konsumtif terbagi dalam 4 sub indikator yaitu pembelian yang bersifat berlebihan (berfoya-foya), adanya hadiah yang di tawarkan, mencari kepuasan yang harus segera di penuhi (kepuasan semu), dan keinginan membeli barang mahal untuk menarik perhatian orang lain. Adapun aspek gaya hidup hedonis terbagi kedalam 4 sub indikator juga yaitu suka mencari perhatian, membeli produk mahal agar percaya diri, memakai dan mencoba produk yang diiklankan oleh idolanya, dan memakai produk jenis yang sama dengan merek yang beda. Berikut profil tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa berdasarkan aspek dan indikator terdapat pada tabel 4.3.

**Tabel 4.5 Profil Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Berdasarkan Indikator dan Sub Indikator.**

Indikator	Sub Indikator	Frekuensi	%	Kategori
Aspek perilaku konsumtif	Pembelian yang bersifat berlebihan (berfoya-foya)	55	58	Tinggi
		71	75	Sedang
		39	41	Rendah
	Adanya hadiah yang di tawarkan	75	79	Tinggi
		77	81	Sedang
		33	35	Rendah
	Mencari kepuasan yang harus segera di penuhi (kepuasan semu)	66	69	Tinggi
		77	81	Sedang
		48	50	Rendah

	Keinginan membeli barang mahal untuk menarik perhatian orang lain	74	78	Tinggi
		83	87	Sedang
		54	57	Rendah
Aspek gaya hidup hedonis	Suka mencari perhatian	34	36	Tinggi
		32	34	Sedang
		15	16	Rendah
	Membeli produk mahal agar percaya diri	69	73	Tinggi
		61	64	Sedang
		23	24	Rendah
	Memakai dan mencoba produk yang diiklankan oleh idolanya	67	70	Tinggi
		71	75	Sedang
		38	40	Rendah
	Memakai produk jenis yang sama dengan merek yang beda	51	54	Tinggi
		56	59	Sedang
		22	23	Rendah

(Sumber: Microsoft Excel)

Tabel 4.3 menunjukkan persentase secara umum perilaku konsumtif 95 orang mahasiswa sebelum pelaksanaan penerapan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*. Hasil persentase yang diperoleh mahasiswa pada indikator aspek perilaku konsumtif dan sub indikator pembelian yang bersifat berlebihan (berfoya-foya) berada pada kategori rendah sebanyak 39 mahasiswa dengan persentase (41%), yang berarti mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang rendah, mahasiswa mengalami perilaku yang boros dan mudah berfoya-foya, mahasiswa tidak khawatir apabila mengabdikan uang begitu banyak. Mahasiswa kategori sedang sebanyak 71 dengan persentase (75%) artinya mahasiswa merasa sedikit tidak tenang jika tidak membelanjakan uang untuk membeli produk yang diinginkannya. Persentase kategori tinggi sebanyak 55 mahasiswa (58%) artinya mahasiswa belum mampu mengontrol dirinya ketika ingin berfoya-foya.

Pada sub indikator adanya hadiah yang di tawarkan jumlah mahasiswa yang berada pada ketegori rendah sebanyak 33 mahasiswa dengan persentase (35%), artinya mahasiswa merasa tidak ingin membeli suatu produk yang tidak bermanfaat, tidak mudah terpengaruh oleh barang yang diskon. Mahasiswa pada kategori sedang berjumlah 77 dengan persentase (81%) artinya merasa kurang jika tidak membeli barang yang diinginkannya, apalagi jika ada diskon mahasiswa langsung tergiur dan kepikiran jika tidak membelinya. Mahasiswa pada kategori perilaku konsumtif tinggi sebanyak 75 dengan persentase (79%), artinya mahasiswa menunjukkan bahwasanya mahasiswa akan membeli barang diskon walaupun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan hanya seedar memenuhi keinginan semata.

Pada sub indikator mencari kepuasan yang harus segera di penuhi (kepuasan semu) jumlah mahasiswa yang berada pada kategori rendah sebanyak 48 mahasiswa dengan persentase (50%), artinya mahasiswa dapat menunda untuk membeli suatu produk walaupun bonusnya menarik, mempertimbangkan dengan matang jika ingin membeli suatu barang. Mahasiswa kategori sedang berjumlah 77 mahasiswa dengan persentase (81%), artinya jika mahasiswa membeli suatu barang kualitas menjadi pertimbangan yang utama. Mahasiswa yang berada pada ketegori tinggi berjumlah 66 mahasiswa dengan persentase (69%), artinya mahasiswa langsung membeli barang yang menurut mahasiswa barang tersebut menarik, membeli perhiasan yang dipajang dietalase toko, walaupun ada yang lebih baik dari perhiasan tersebut.

Pada sub indikator keinginan membeli barang mahal untuk menarik perhatian orang lain jumlah mahasiswa yang berada pada kategori rendah sebanyak 54 mahasiswa dengan persentase (57%), artinya mahasiswa tidak harus membeli barang yang bermerk asalakan barang tersebut nyaman untuk dipakai, tidak tertarik memberi suatu produk hanya supaya di anggap berbeda dengan teman yang lainnya. Mahasiswa kategori sedang berjumlah 83 mahasiswa dengan persentase (87%), artinya mahasiswa tidak harus membeli produk bermerek agar terlihat bergensi, mahasiswa tidak terlalu mengikuti produk yang sedang trend hanya untuk memenuhi keinginan semata. Mahasiswa yang berada pada ketegori tinggi berjumlah 74 mahasiswa dengan persentase (78%), artinya mahasiswa rela mengeluarkan banyak uang untuk belanja barang bermerek agar terlihat berkelas, *update* membeli barang yang keluaran terbaru tanpa memikirkan kebutuhannya agar tidak dibilang ketinggalan zaman oleh teman-temannya, suka membeli barang yang mahal hanya karena bujukan dari teman.

Pada indikator aspek gaya hidup hedonis dan sub indikator suka mencari perhatian jumlah mahasiswa yang berada pada kategori rendah sebanyak 15 mahasiswa dengan persentase (16%), artinya mahasiswa mampu menunda apa yang diinginkan meskipun keinginan hati sangat kuat, percaya diri walaupun tidak memakai apa yang dipakai oleh orang lain, tidak membeli barang yang mahal hanya untuk menarik perhatian orang lain. Mahasiswa kategori sedang berjumlah 32 mahasiswa dengan persentase (34%), artinya mahasiswa tidak harus membeli produk mahal hanya sekedar menarik perhatian orang lain.

Mahasiswa yang berada pada kategori tinggi berjumlah 34 mahasiswa dengan persentase (36%), artinya mahasiswa sangat suka jadi bahan sorotan mata oleh orang lain, tidak ingin disamakan oleh orang lain, suka menonjolkan diri didepan publik atau disosial media.

Pada sub indikator membeli produk mahal agar percaya diri jumlah mahasiswa yang berada pada kategori rendah sebanyak 23 mahasiswa dengan persentase (24%), artinya mahasiswa mampu mengelola kesenangan hatinya tanpa harus membeli produk yang mahal, percaya diri tanpa memakai produk mahal. Mahasiswa kategori sedang berjumlah 61 mahasiswa dengan persentase (64%), artinya barang yang mewah tidak selalu menunjang penampilan di depan orang lain, percaya diri dengan apa yang dimiliki tanpa mengeluarkan banyak uang. Mahasiswa yang berada pada kategori tinggi berjumlah 69 mahasiswa dengan persentase (73%), artinya mahasiswa membeli barang mahal tanpa memikirkan harga dan manfaatnya agar terlihat bergengsi dan terlihat berkelas di depan teman-teman, banyak membeli baju baru agar tidak dikata-katain oleh teman-temannya.

Pada sub indikator memakai dan mencoba produk yang diiklankan oleh idolanya jumlah mahasiswa yang berada pada kategori rendah sebanyak 38 mahasiswa dengan persentase (40%), artinya mahasiswa tidak harus membeli barang yang diiklankan oleh idolanya, walaupun idolanya menawarkan barang mahal mahasiswa tidak langsung membelinya. Mahasiswa kategori sedang berjumlah 71 mahasiswa dengan persentase (75%), artinya mahasiswa hanya akan membeli barang yang bermanfaat yang diiklankan oleh idolanya, tidak

mudah terkecoh dengan dunia periklanan. Mahasiswa yang berada pada kategori tinggi berjumlah 67 mahasiswa dengan persentase (70%), artinya mahasiswa membeli barang yang diiklankan oleh idolanya tanpa memikirkan harganya agar terlihat keren dan bangga pada diri sendiri, membeli barang yang diiklankan oleh idolanya walaupun barang tersebut tidak cocok dipakai oleh mahasiswa.

Pada sub indikator Memakai produk jenis yang sama dengan merek yang beda jumlah mahasiswa yang berada pada kategori rendah sebanyak 22 mahasiswa dengan persentase (23%), artinya mahasiswa membeli barang baru sebelum barang lama habis, hanya memakai satu macam produk, tidak suka menggonta-ganti produk. Mahasiswa kategori sedang berjumlah 56 mahasiswa dengan persentase (59%), artinya mahasiswa hanya akan membeli jika barang yang lama sudah habis di pakai, hanya memakai produk yang halal dan murah. Mahasiswa yang berada pada kategori tinggi berjumlah 51 mahasiswa dengan persentase (54%), artinya mahasiswa membeli barang dengan jenis yang sama tetapi merek yang berbeda, suka membeli barang dengan warna yang sama dan merek yang berbeda, membuang banyak uang hanya untuk membeli barang yang diinginkan padahal barang yang lama masih layak dipakai.

#### **4. Penerapan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik *Self-Management* Terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa**

##### **a. Uji Normalitas**

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui distribusi dalam variabel yang digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan

dalam penelitian adalah data yang berdistribusi normal. Uji normalitas yang dilakukan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Normal tidaknya sebaran data penelitian dapat dilihat dari pengambilan keputusan jika  $\text{sig} > 0.05$  maka data berdistribusi normal. Sedangkan jika  $\text{sig} < 0.05$  maka data tidak berdistribusi normal.<sup>63</sup> Untuk membuktikan normalitas data maka diuji dengan menggunakan SPSS. Setelah di uji normalitas data yang diperoleh hasilnya sebagai tabel 4.5 di bawah ini:

**Tabel 4.6 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test dan Shapiro-Wilk**

**Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	Df	Sig.
Pretest	.242	10	.100	.858	10	.073
Posttest	.222	10	.177	.895	10	.191

a. Lilliefors Significance Correction

(Sumber: SPSS versi 20)

Berdasarkan hasil pada tabel 4.5 di atas, maka diperoleh nilai uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov* data perilaku konsumtif pada mahasiswa adalah 0.191 lebih besar dari ( $\text{sig} > 0.05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa bahwa data perilaku konsumtif pada mahasiswa berdistribusi normal.

---

<sup>63</sup> V. Wiratna Sujarweni, *SPSS untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 55.

**b. Uji Hipotesis Penerapan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik *Self-Management* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa**

Salah satu cara untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada mahasiswa adalah dengan membandingkan skor perilaku konsumtif sebelum dan sesudah diberikan layanan konseling individual. Perubahan yang dimaksud adalah peningkatan skor perilaku konsumtif pada mahasiswa dengan dilaksanakannya layanan konseling individual untuk mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Secara rinci perbandingan antara skor *pre-test* dan *post-test* perilaku konsumtif pada mahasiswa pada pengukuran awal dan pengukuran akhir dapat dilihat pada tabel 4.6 di bawah ini:

**Tabel 4.7 Perbandingan Skor *Pre-test* dan *Post-test***

No	Responden	<i>Pre-test</i> (Kondisi Awal)	Perilaku Konsumtif	<i>Post-test</i> (Kondisi Akhir)	Perilaku Konsumtif
1	SD	150	Tinggi	255	Rendah
2	EY	148	Tinggi	242	Rendah
3	UA	155	Tinggi	245	Rendah
4	IJ	132	Tinggi	247	Rendah
5	IR	161	Tinggi	239	Rendah
6	PA	132	Tinggi	234	Sedang
7	TH	133	Tinggi	237	Sedang
8	MAF	130	Tinggi	238	Sedang
9	SN	155	Tinggi	238	Sedang
10	IJT	152	Tinggi	235	Sedang

Berdasarkan hasil skor tabel 4.6 menunjukkan perbandingan antara skor *pre-test* (150, 148, 155, 132, 161, 132, 133, 130, 155, 152, 150) dan skor *post-test* (255, 242, 245, 247, 239, 234, 237, 238, 238, 235, 255) dimana perilaku konsumtif pada mahasiswa mengalami peningkatan

secara signifikan. Secara rinci untuk melihat perbandingan persentase perilaku konsumtif pada saat *pre-test* (pengukuran awal) dan *pos-test* (pengukuran akhir) dari 10 responden, maka dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini:

**Tabel 4.8 Perbandingan Persentase *Pretest* dan *Posttest***

No	Kategori	<i>Pre-test</i>		<i>Pos-test</i>	
		F	%	F	%
1	Tinggi	10	100 %	0	00.0 %
2	Sedang	0	0	5	50 %
3	Rendah	0	0	5	50 %
<b>Jumlah</b>		<b>10</b>	<b>100 %</b>	<b>10</b>	<b>100 %</b>

Berdasarkan hasil tabel 4.7 di atas, menunjukkan hasil dari perbandingan skor *pre-test* dan skor *post-test* perilaku konsumtif. Dimana pada saat *pre-test* (belum adanya perlakuan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*) terdapat 10 mahasiswa berkategori tinggi dengan persentase 100%, mengalami perubahan peningkatan pada saat *post-test* terdapat sebanyak 5 mahasiswa kelompok (*eksperimen*) yang berkategori rendah memiliki persentase 50% setelah diberikannya perlakuan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*, dan adapun sebanyak 5 mahasiswa kelompok kontrol yang berkategori sedang memiliki persentase 50% setelah di berikan layanan konseling individual tanpa menggunakan teknik.

Maka dari hasil persentase skor *pre-test* dan skor *post-test* di atas, dapat dilihat rata-rata dengan adanya layanan konseling individual melalui teknik *self-management* yang diujikan dalam penelitian ini memiliki daya pengaruh yang sangat baik, yaitu mampu menghasilkan peningkatan yang

signifikan pada perubahan skor perilaku konsumtif pada *pre-test* dan *post-test*. Sehingga dengan adanya peningkatan pada skor tersebut, maka tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa dapat berkurang, hal ini dapat dilihat pada tabel 4.8 di bawah ini:

**Table 4.9 Paired Samples Statistics**

	Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1 pretest	144.8000	10	11.76435	3.72022
posttest	241.0000	10	6.42910	2.03306

Berdasarkan hasil tabel 4.8 di atas, menunjukkan rata-rata *pre-test* sebesar 144.80 sedangkan rata-rata *post-test* sebesar 241.00 artinya rata-rata *post-test* lebih tinggi dari rata-rata *pre-test*. Melihat skor *post-test* lebih tinggi dari skor *pre-test* dapat dikatakan terjadi penurunan pada tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa setelah memperoleh layanan konseling individual melalui teknik *self-management*.

Untuk mengetahui nilai korelasi sebelum dan sesudah diberikan layanan konseling individual melalui teknik *self-management* berdasarkan hasil *paired samples correlations* maka dapat dilihat penjelasan pada tabel 4.9 di bawah ini:

**Tabel 4.10 Paired Samples Correlations**

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 Pre test & Post Test	10	,169	,641

Berdasarkan hasil tabel 4.9 di atas, maka dapat dilihat bahwa nilai korelasi dari 10 mahasiswa sebelum dan sesudah diberikannya konseling individual berjumlah ,169 dengan signifikan ,641. Maka dapat diartikan

,169 > 0,05 dinyatakan bahwa tidak ada hubungan antara *pre-test* dan *post-test*.

**Tabel 4.11 Uji t Berpasangan *Pretest* dan *Posttest* Perilaku Konsumtif Paired Samples Test**

	Paired Differences					T	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1 pretest - posttest	-96.2000	12.41683	3.92655	-105.08247	-87.31753	-24.500	9	.000

Dari tabel *paired samples test* tabel di atas dapat dianalisis bahwa:

- Ho : Tidak terdapat perbedaan perilaku konsumtif sebelum dan sesudah diberikan perlakuan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*.
- Ha : Terdapat perbedaan tingkat perilaku konsumtif sebelum dan sesudah diberikan perlakuan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*.

Berdasarkan tabel *paired samples test* di atas menjelaskan bahwa nilai t-hitung sebesar 24,500 dengan derajat kebebasan (df)  $n-1 = 10-1 = 9$ , maka diperoleh untuk nilai t-tabel sebesar 1,943.<sup>64</sup> Dengan demikian maka dapat dibandingkan: t-tabel > thitung, maka Ho ditolak dan Ha diterima yang dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan tingkat perilaku konsumtif sebelum dan sesudah diberikan perlakuan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*.

Ha diterima artinya terdapat perbedaan antara sebelum dan sesudah diberikan perlakuan (*treatment*) layanan konseling individual dengan

<sup>64</sup> Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana, 2013), h. 202.

teknik *self-management* dan artinya perlakuan (*treatment*) yang diberikan memberikan efek positif terhadap mahasiswa, sehingga perilaku konsumtif pada mahasiswa sesudah mengikuti layanan konseling individual dengan teknik *self-management* menjadi kategori perilaku konsumtif tingkat sedang dan rendah daripada sebelum mengikuti layanan konseling individual dengan teknik *self-management*. Hal ini menunjukkan bahwa dengan adanya layanan konseling individual dengan teknik *self-management* efektif untuk mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh.

### **5. Interpretasi Data**

Hasil pengolahan data dengan menggunakan uji *paired sampel t test* menyatakan bahwa: rata-rata *pretest* sebesar 144,8000, sedangkan rata-rata *posttest* sebesar 241,0000. Artinya ada penurunan perilaku konsumtif pada mahasiswa sebelum dan sesudah pemberian layanan konseling individual melalui teknik *self-management* (*ekperiment*) dan layanan konseling individual tanpa teknik pada kelompok kontrol.

Nilai korelasi sebelum dan sesudah pemberian *treatment* berjumlah ,169 dengan nilai signifikan ,641. Artinya ,641 < 0,05 maka dapat di nyatakan bahwa tidak ada hubungan antara *pretest* dan *posttest*. Kemudian mead pada *paired samples tets* yaitu 96,20000 dengan nilai t sebesar 24,500, df: 9 dan Sig. (2-tailed) yaitu ,000 yang menyatakan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak karena nilai signifikan  $0,00 < 0,05$ .

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Pembahasan Tingkat Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Sebelum Diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik *Self-Management*

Secara umum tingkat perilaku konsumtif sebelum diberikan layanan konseling individual dalam penelitian ini terdapat 10 mahasiswa dengan kategori perilaku konsumtif tinggi berada pada persentase 12,9% yang artinya mahasiswa mencapai tingkat perilaku yang tinggi pada sebagian aspek-aspeknya, dimana mahasiswa kesulitan dalam mengubah perilaku, terbiasa berfoya-foya, membeli barang yang tidak dibutuhkan, mengikuti *trend* dan *mode* dan lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan pokoknya (lapar mata).

Penelitian pada perilaku konsumtif pada mahasiswa merujuk pada aspek-aspek perilaku konsumtif dan aspek-aspek perilaku hedonis dikemukakan Sumartono, yaitu:<sup>65</sup> Membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai sebuah produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda).

---

<sup>65</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan...*, h. 119.

## **2. Pembahasan Tingkat Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Sesudah Diberikan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik *Self-Management***

Peningkatan yang signifikan terjadi setelah pemberian perlakuan (*treatment*) layanan konseling individual melalui teknik *self-management*. Hasil *post-test* menunjukkan terdapat perubahan skor perilaku konsumtif pada mahasiswa sebelum dan sesudah diberikan layanan konseling individual melalui teknik *self-management* untuk mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Perlakuan (*treatment*) teknik *self-management* dilakukan sebanyak 5 kali dengan topik yang berbeda-beda, adapun tujuan dari pemberian atau pelaksanaan *post-test* ialah untuk membantu mahasiswa mengukur tingkat perilaku konsumtif setelah mengikuti kegiatan layanan konseling individual melalui teknik *self-management* sehingga konseli memiliki kemampuan untuk mengatasi perilaku konsumtif yang ada pada dirinya.

Penelitian pada perilaku konsumtif pada mahasiswa merujuk pada aspek-aspek perilaku konsumtif berdasarkan dari sub indikator perilaku konsumtif adalah adanya pembelian yang bersifat berlebihan (*berfoya-foya*), adanya hadiah yang ditawarkan, mencari kepuasan yang harus segera dipenuhi (*kepuasan semu*), keinginan membeli barang mahal untuk menarik perhatian orang lain, suka mencari perhatian, membeli produk mahal agar percaya diri, memakai dan mencoba produk yang diiklankan oleh idolanya, dan memakai produk jenis yang sama dengan merek yang berbeda.

Banyak perubahan dan pengurangan dalam berperilaku konsumtif yang berlebihan serta memikirkan kembali sebelum membeli suatu barang setelah diberikan layanan konseling individual terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa dan adanya perubahan dalam mengisi angket *post test* yang sebelumnya jawaban mahasiswa tinggi kini setelah diberikan layanan konseling individual melalui teknik *self-management* hasil *post test* mahasiswa menjadi sedang dan rendah, mahasiswa yang mengikuti layanan oleh peneliti masing-masing memberikan kesimpulan dan lembar kerja setelah diberikan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*. Adapun dari tanggapan mahasiswa tersebut adanya perubahan, pengurangan, lebih percaya diri walaupun tidak memakai barang mahal atau bermerk, memakai barang yang masih layak dipakai, mampu memanager keuangan sendiri dan membiasakan diri untuk menabung dan mampu mengendalikan diri dalam berbelanja yang berlebihan.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti saat pelaksanaan kegiatan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*, bahwa mahasiswa menunjukkan perubahan yang baik pada setiap pertemuan. Pada pertemuan terakhir mahasiswa sudah terlihat lebih percaya diri, hemat, lebih berfikir sebelum membeli sesuatu, dan mengedepankan kebutuhan dari pada kesenangan semata, pada saat pelaksanaan kegiatan konseling individual melalui teknik *self-management* semua konseli lebih terlihat segar, tenang, aktif dan percaya diri.

Hasil penelitian menunjukkan, perilaku konsumtif pada mahasiswa mengurangi perilaku pemborosan atau mengalami peningkatan yang signifikan. Temuan ini di dukung oleh buku Hartono dan Boy Soedarmadji yang menyatakan. Konseling individu memiliki dua tujuan, yaitu tujuan umum dan tujuan khusus. Secara umum tujuan konseling adalah supaya klien dapat mengubah perilakunya ke arah yang lebih maju, melalui terlaksananya tugas-tugas perkembangan secara optimal, kemandirian, dan kebahagiaan hidup. Secara khusus, tujuan konseling tergantung dari masalah yang dihadapi oleh masing-masing klien.<sup>66</sup>

Teknik yang peneliti gunakan dalam konseling individual ini adalah teknik *self-management*. *Self-management* sama artinya dengan kemampuan mengatur diri dan mengarahkan diri. Kemampuan mengatur diri dapat mencegah individu dari keadaan penyimpangan kepribadian. Dalam penggunaan strategi ini diharapkan konseli dapat mengatur, memantau dan mengevaluasi dirinya sendiri untuk mencapai perubahan kebiasaan tingkah laku yang lebih baik.

Berdasarkan dari hasil pemberian perlakuan (*treatment*) yang peneliti lakukan pada tahap akhir, sudah terlihat perubahan mahasiswa yang lebih dari sebelumnya. Perilaku konsumtif yang konseli rasakan sebelumnya adalah konseli tidak berfikir sebelum membeli barang, mengikuti gaya perkembangan zaman, membeli produk keluaran terbaru, tidak memikirkan kebutuhan tapi mengikuti kesenangan semata, ikut-ikutan teman, membeli produk yang

---

<sup>66</sup> Hartono dan Boy Soedarmadji, *Psikologi Konseling*, (Jakarta: Prenadamedia Group, 2012), h. 30

bermerk dll. Setelah diberikan teknik *self-management* kepada konseli, konseli menjadi lebih hemat, memikirkan kembali sebelum membeli sesuatu, tidak harus sempurna di mata orang yang penting nyaman untuk diri sendiri, merasa percaya diri walaupun tidak memakai barang yang bermerk.

Peneliti menyimpulkan bahwa setelah diberikan perlakuan (*treatment*) berupa layanan konseling individual dengan teknik *self-management* efektif digunakan untuk dapat menurunkan atau mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa. Sehingga terjadi perubahan yang termasuk kategori tinggi menjadi rendah

### **3. Pembahasan Penerapan Layanan Konseling Individual Melalui Teknik *Self-Management* Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa**

Secara umum perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh berada pada kategori tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya mahasiswa yang menjawab angket tentang perilaku konsumtif diambil dari mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Universitas Syiah Kuala, dan Universitas STIKIP BBG yang sebelumnya telah diobservasi awal oleh peneliti untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif.

Mahasiswa pada kategori tinggi diasumsikan telah mencapai tingkat perilaku konsumtif yang efektif pada setiap aspek-aspeknya, seperti Membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai sebuah

produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, mencoba lebih dari 2 produk sejenis (merek berbeda).

### **C. Pelaksanaan Layanan Konseling Individual Dengan Teknik *Self-Management* Terhadap Perilaku Kosnumtif Pada Mahasiswa**

Penelitian yang dilaksanakan adalah Penerapan Layanan konseling Individual Dengan Teknik *Self-Managemnet* Tehadap Perilaku Konsumtif Pada mhasiswa. Penelitian ini dilakukan selama seminggu. Penelitian ini diawali dengan mengajukan surat penelitian kepada universitas khususnya ke akademik fakultas tarbiyan dan keguruan Uin-Arraniry melalui portal mahasiswa.

Sebelum melakukan konseling individual, peneliti terlebih dahulu observasi untuk mencari informasi melalui wawancara kepada beberapa mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif, dari beberapa wawancara yang peneliti tanya masih banyak dari kalangan mahasiswa yang tidak tahu apa itu perilaku konsumtif, setelah peneliti jelaskan perilaku konsumtif ternyata banyak dari mereka yang mengalami perilaku konsumtif. Setelah mendapatkan informasi, peneliti selanjutnya memberikan instrumen kepada 95 mahasiswa baik itu mahasiswa Uin Ar-Raniry, Unsiyah, dan STKIP BBG. Dari hasil instrumen tersebut, peneliti mendapatkan 10 mahasiswa yang memiliki perilaku konsumtif yang berada pada kategori tinggi.

Setelah mendapatkan mahasiswa yang akan digunakan sebagai objek di dalam penelitian, peneliti selanjutnya meminta masing-masing waktu kepada mahasiswa kapan dan dimana peneliti bisa melaksanakan mengenai pelaksanaan konseling

individual kepada mahasiswa eksperimen. Dalam penelitian ini pemberian perlakuan (*treatment*) dilakukan sebanyak 5 kali dalam dua minggu.

Mahasiswa yang telah terpilih dalam kelompok eksperimen yaitu sebanyak 5 orang, dan yang terpilih sebagai kelompok kontrol sebanyak 5 orang, guna untuk membandingkan apakah ada perbedaan antara kelompok kontrol dengan kelompok eksperimen sebelum dan sesudah diberikan perlakuan, kemudian diberikan perlakuan (*treatment*) layanan konseling individual dengan teknik *self-management* kepada mahasiswa yang terpilih sebagai kelompok eksperimen, selanjutnya peneliti kembali memberikan skala (*post-test*) kepada 10 mahasiswa guna untuk mengetahui tingkat sebelum dan sesudah diberikan layanan konseling individual (kontrol) dan layanan konseling individual dengan teknik *self-management* (eksperimen) penerapan dari perlakuan (*treatment*) yang telah diberikan.

**a. *Pre-Test***

*Pre-Test* dilaksanakan selama seminggu yang berjumlah 95 mahasiswa, Adapun tujuan dilakukan *pretest* yaitu untuk mengukur tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh sebelum diberikan layanan konseling individual dengan teknik *self-management*. Hasil *pre-test* menyatakan bahwa terdapat 10 orang, 5 kelompok kontrol sebagai pembanding dan 5 kelompok eksperimen yang di berikan perlakuan (*treatment*) dengan menggunakan teknik *self-management* mahasiswa yang memiliki kategori tinggi yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini yang sesuai dengan aspek-aspek perilaku konsumtif.

Mahasiswa yang berada pada kategori tinggi adalah mahasiswa yang berfoya-foya, membeli barang tanpa memikirkan terlebih dahulu, membeli lebih dari satu produk dengan jenis yang sama, lebih mengedepankan keinginan dari pada kebutuhan, suka membeli barang diskon walaupun tidak di butuhnya, ikut-ikutan teman, memakai barang yang mahal dan bermerek.

#### **b. Perlakuan (*Treatment*)**

Pelaksanaan layanan konseling individual dengan teknik *self-management* pada kelompok eksperimen sebanyak lima kali pada tanggal 4, 6, 8, 9, dan 12 Oktober 2020. Perlakuan (*treatment*) pertama diberikan topik “pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif”, perlakuan (*treatment*) kedua dengan topik “perilaku pikiran negatif”, pada perlakuan (*treatment*) ketiga diberikan satu topik yaitu “memahami diri”, pada perlakuan (*treatment*) keempat diberikan satu topik yaitu “aspek kemandirian berperilaku ekonomis”, dan pada perlakuan (*treatment*) kelima juga diberikan satu topik yaitu “menanamkan kebiasaan hidup hemat dilingkungan sosial”.

##### **1) Perlakuan (*Treatment*) Pertama**

Perlakuan (*treatment*) pertama diberikan pada tanggal 04 Oktober 2020. Pemberian perlakuan (*treatment*) ini dengan topik “pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif”, tujuan dari judul ini dapat mengetahui pengaruh baik dan buruk yang dilakukan antar teman sebaya terhadap konseli. Pada tahap awal ini, peneliti memperkenalkan diri dan konseli juga memperkenalkan diri, membangun *rapport* memulai

dengan basa-basi karena biasanya konseli yang di konseling akan merasa tegang apalagi dalam pelaksanaan layanan konseling individual, setelah itu peneliti memberikan penjelasan mengenai tahapan, asas-asas dalam konseling individual beserta teknik *self-management*.

Pada sesi ini peneliti memberi tahu konseli apa saja aspek-aspek dan pengaruh perilaku konsumtif, dalam sesi ini konseli diminta untuk memahami apa perilaku konsumtif dan bagaimana cara mengatasi perilaku konsumtif. Pada sesi ini peneliti juga membagikan angket perilaku konsumtif kepada konseli dan menjelaskan tujuan dari angket tersebut kepada konseli kemudian mengamati jawaban yang di *checlist* pada setiap butir angket (tinggi, sedang, rendah).

Tahapan didalam teknik *self-management* sebagai berikut:

a) Tahap monitor diri atau observasi diri

Pada tahap ini konseli dengan sengaja mengamati tingkah lakunya sendiri serta mencatatnya dengan teliti. Catatan ini menggunakan daftar cek dan keuangan yang dikirim oleh orang tua perbulannya berapa. Kebanyakan yang paling banyak dikirim oleh orang tua perbulannya itu sebanyak 1.000.000.00.

Dalam penelitian ini konseli mengobservasi apakah dirinya berperilaku konsumtif atau tidak. Konseli mencatat berapa sering dia belanja dalam sehari atau seminggu, apakah barang yang dia beli adalah barang yang dibutuhkan atau yang diinginkan.

b) Tahap evaluasi diri

Pada tahap ini konseli membandingkan hasil catatan tingkah laku perilaku konsumtifnya dengan keuangan yang dimiliki perbulan nya. Perbandingan ini bertujuan untuk mengevaluasi apakah layak antara keuangan dengan belanjanya sedangkan dikalangan mahasiswa masih meminta pada orang tua dan belum mempunyai penghasilan sendiri. Jika keungan dengan belanjanya tidak setabil maka konseli mempunyai perilaku konsumtif, maka perlu ditinjau kembali perilaku yang berlebihan tersebut.

c) Tahap pemberian penguatan, penghapusan, dan hukuman

Pada tahap ini konseli mengatur dirinya sendiri, memberikan penguatan, menghapus, dan memberi hukuman pada diri sendiri, menyadari atas tingkah laku yang ia lakukan selama ini. Tahap ini merupakan tahap yang paling sulit karena membutuhkan kemauan yang kuat dari konseli untuk melaksanakan program yang telah dibuat secara kontinyu.<sup>67</sup>

## 2) Perlakuan (*Treatment*) Kedua

Perlakuan (*treatment*) kedua diberikan pada tanggal 6 Oktober 2020. Pemberian perlakuan (*treatment*) dengan topik “perilaku pikiran negatif”. Tujuan dari perlakuan ini agar konseli bisa membuang perilaku dan pikiran negatifnya. Sebelum melaksanakan teknik *self-management*, peneliti memberi tahu arahan yang sama seperti pada perlakuan

---

<sup>67</sup> Fajriani, dkk, *Self-Management Untuk Meningkatkan Kedisiplinan Belajar Siswa Di SMA Negeri 5 Banda Aceh*, [online], tersedia di: [www.journaltoes.ac.uk](http://www.journaltoes.ac.uk) › Browse by Publisher. Diakses 10 Desember 2016

(*treatment*) pertama hanya saja pada tahap ini peneliti dan konseli tidak lagi saling memperkenalkan diri.

Konseli mengamati tingkah lakunya sendiri serta mencatatnya dengan teliti tentang perilaku dirinya, setelah selesai memonitor diri sendiri, evaluasi diri, dan pemberian penguatan, penghapusan, dan hukuman seperti pada pertemuan pertama maka konselin menyimpulkan yang dapat di ambil, tak lama setelah itu, peneliti juga menyampaikan kesimpulan secara umum.

Hasil kesimpulan yang di dapat dari materi “perilaku pikiran negatif” ini adalah konseli yang sudah mulai bisa perlahan-lahan menghilangkan perilaku dan pikiran negatif, konseli mulai mengubah pola hidup yang sebelumnya ingin ini itu tapi sekarang jika membeli sesuatu konseli memikirkannya terlebih dahulu, sesekali konseli tergiur oleh ajakan teman.

### **3) Perlakuan (*Treatment*) Ketiga**

Perlakuan (*treatment*) ketiga diberikan tanggal 08 Oktober 2020. Pemberian perlakuan (*treatment*) dengan topik “memahami diri”. Tujuan dari tema ini agar konseli mampu untuk memahami diri dan keadaan sendiri agar tetap dan tampil percaya diri di depan teman walaupun pakaian yang dikenakan tidak mahal dan bermerek.

Sebelum melaksanakan konseling individual melalui teknik *self-management*, peneliti memberikan arahan yang sama seperti pada perlakuan (*treatment*) pertama dan kedua, konseli mengamati tingkah lakunya sendiri serta mencatatnya dengan teliti tentang perilaku dirinya,

setelah selesai memonitor diri sendiri, evaluasi diri, dan pemberian penguatan, penghapusan, dan hukuman seperti pada pertemuan pertama dan kedua maka konselin menyimpulkan yang dapat di ambil, tak lama setelah itu, peneliti juga menyampaikan kesimpulan secara umum.

Hasil kesimpulan yang di dapat dari materi “memahami diri” adalah konseli bisa lebih meahami diri sendiri dan keadaannya, memahami karena konseli masih meminta uang dari orang tua jadi jika ingin membeli sesuatu konseli harus pikirkan kembali kebutuhan pokok yang akan dipenuhi, sesekali konseli jalan-jalan atau membeli sesuatu supaya kesenangan hatinya terpenuhi, tetapi konseli tdiak seboros dari yang sebelumnya.

#### **4) Perlakuan (*Treatment*) Keempat**

Perlakuan (*treatment*) keempat diberikan tanggal 09 Oktober 2020. Pemberian perlakuan (*treatment*) dengan topik “aspek kemandirian berperilaku ekonomis”. Tujuan dari topik ini agar konseli mampu untuk meningkatkan kemandirian dalam hidup hemat dan menabung, sebagaimana menabung itu bukan hanya anak kecil dan dewasa saja tetapi juga mahasiswa juga harus bisa menabung walaupun masi meminta uang kepada orang tua, karena itu adalah awal belajar bagaimana supaya konseli dapat mandiri dan hemat itupun juga penting untuk persiapan hidup ke jenjang berumah tangga.

Sebelum melaksanakan konseling individual melalui teknik *self-management*, peneliti memberikan arahan yang sama seperti pada perlakuan (*treatment*) pertama, kedua dan ketiga, konseli mengamati

tingkah lakunya sendiri serta mencatatnya dengan teliti tentang perilaku dirinya, setelah selesai memonitor diri sendiri, evaluasi diri, dan pemberian penguatan, penghapusan, dan hukuman seperti pada pertemuan pertama, kedua dan ketiga maka konselin menyimpulkan yang dapat di ambil, tak lama setelah itu, peneliti juga menyampaikan kesimpulan secara umum.

Hasil kesimpulan yang di dapat dari materi “aspek kemandirian berperilaku ekonomis” adalah konseli bisa lebih mandiri dalam mengelola uang, bagaimana supaya konseli bisa membawa uang kedalam hal yang lebih bijak dan kedalam hal yang lebih dibutuhkan. Mengutamakan kebutuhan dari pada keinginan semata yang mana keinginan semata itu adalah membeli produk atau barang hanya bisa dipakai sekali pakai saja, karena barang yang di beli bukan barang yang biasa dipakai oleh konseli.

##### **5) Perlakuan (*Treatment*) Kelima**

Perlakuan (*treatment*) kelima diberikan tanggal 12 Oktober 2020. Pemberian perlakuan (*treatment*) dengan topik “menanamkan kebiasaan hidup hemat dilingkungan sosial”. Tujuan dari topik ini agar konseli bisa membiasakan hidup hemat walaupun teman atau lingkungan sosialnya sangat berpengaruh dalam membeli produk atau barang yang sedang *trend*.

Sebelum melaksanakan konseling individual melalui teknik *self-management*, peneliti memberikan arahan yang sama seperti pada perlakuan (*treatment*) pertama, kedua, ketiga dan keempat, konseli mengamati tingkah lakunya sendiri serta mencatatnya dengan teliti tentang

perilaku dirinya, setelah selesai memonitor diri sendiri, evaluasi diri, dan pemberian penguatan, penghapusan, dan hukuman seperti pada pertemuan pertama, kedua, ketiga, dan keempat maka konseli menyimpulkan yang dapat di ambil, tak lama setelah itu, peneliti juga menyampaikan kesimpulan secara umum.

Hasil kesimpulan yang di dapat dari materi “menanamkan kebiasaan hidup hemat dilingkungan sosial” adalah konseli bisa menanamkan kebiasaan hidup hemat di lingkungannya, walaupun teman sekitarnya sering berfoya-foya dan memakai produk yang ter *up-date* akan tetapi konseli tidak langsung mudah terpengaruh oleh rayuan teman-temannya.

**c. *Post-test***

Post-test dilaksanakan pada hari rabu pada tanggal 13 Oktober 2020 yang berjumlah 10 mahasiswa. Adapun tujuan dilakukannya *post-test* yaitu untuk mengukur tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh sesudah diberikan layanan konseling individual dan layanan konseling individual melalui teknik *self-management*.

Hasil dari *post-test* yang diberikan dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan sebelum dan sesudah diberikannya perlakuan (*treatmen*) melalui layanan konseling individual dan layanan konseling individual melalui teknik *self-management* terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh. Sehingga pemberian perlakuan (*treatmen*) melalui layanan konseling individual melalui teknik *self-management* terhadap perilaku konsumtif pada

mahasiswa efektif digunakan untuk dapat mengubah dan mengurangi perilaku konsumtif pada mahasiswa.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai penerapan layanan konseling individual terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh sebelum mendapatkan layanan konseling individual dengan teknik *self-management* berada pada kategori tinggi.
2. Perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh sesudah mendapatkan layanan konseling individual dengan teknik *self-management* berada pada kategori sedang dan rendah.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa ada perbedaan perilaku konsumtif pada mahasiswa sebelum dan sesudah diberikan layanan konseling individual dengan teknik *self-management*. Dapat disimpulkan ada pengaruh yang signifikan antara pemberian layanan konseling individual terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Banda Aceh.

#### **B. Saran**

1. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat kepada mahasiswa Banda Aceh untuk dapat mengubah dan mengurangi perilaku konsumtif dengan mengikuti kegiatan layanan konseling individual dan layanan bimbingan dan konseling lainnya.

2. Kepada pembaca, disarankan agar nilai-nilai positif dari penelitian ini dapat dikembangkan, dan kepada peneliti selanjutnya kiranya dapat menjadi masukan dan memperkaya ilmu pengetahuan dan referensi tentang penelitian yang lebih baik.
3. Pelaksanaan teknik *self-management* ini dapat dilakukan dengan lebih kreatif dan bervariasi tetapi harus sesuai dengan prosedur pelaksanaan teknik *self-management* supaya mendapatkan hasil sesuai yang diharapkan.



## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar Baraja. (2003). *Psikologi Konseling dan Teknik Konseling*, Jakarta: Studi Press.
- Ahmad Nizar Rangkuti. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Citapustaka Media.
- Alwisol. (2005). *Psikologi Kepribadian*, Malang: Penerbit Universitas Muhammadiyah Malang.0
- Asti Asri. (2012). *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Babela*, Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi (Online), Vol. 1, No. 1, email:ghiazz23@yahoo.com.
- Awaliyah, H. (2008). *Pelajaran IPS- Ekonomi Bilingual*, Bandung: Yrama Widya.
- Burhan Bungin. (2009). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Kencana.
- David G. Myers. (2012). *Psikologi Sosial*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Dewa Ketut Sukardi dan Nila Kusmawati. (2008). *Proses Bimbingan dan Konseling di Sekolah*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Djamiluddin Ancok. (2004). *Psikologi Terapan: Mengupas Dinamika Kehidupan Umat Manusia*, Yogyakarta: Darussalam.
- DS Martha. (2016). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa SPG*. <http://www.jurnal.unesa.ac.id/article/14089/39/article>.
- Elly Syarifah. (2010). *Meraup Keuntungan dari Pasar Remaja*, Aneka Bisnis untuk Pasar Remaja, Bandung: Salamadani Pustaka Semesta.
- Fajriani, dkk. (2016). *Self-Management Untuk Meningkatkan Kedisiplinan Belajar Siswa Di SMA Negeri 5 Banda Aceh*, [online], tersedia di: [www.journaltoocs.ac.uk](http://www.journaltoocs.ac.uk) > Browse by Publisher. Diakses 10 Desember.
- Furqon. (2009). *Statistik Terapan Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Gunarsa Singgih D. (2011). *Konseling dan Psikoterapi*, Jakarta: Libri.
- Hartono dan Boy Soedarmadji. (2012). *Psikologi Konseling*, Jakarta: Prenadamedia Group.
- Hawani. *Gaya Hidup Mahasiswa yang Tinggal di Rumah Kos (Studi di Perumahan Bukit Sitrah Sanrego)*, Skripsi.
- Heri Zan Pieter, Namora Lumongga Lubis. (2010). *Pengantar Psikologi Untuk Kependidikan*, Cet. I; Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- H.M. Umar. (2001). *Bimbingan dan Penyuluhan*, Bandung: CV Pustaka Setia.
- Holipah. (2011) *The Using Of Individual Counseling Service to Improve Student's Learning Atitude And Habit At The Second Grade Student of SMP PGRI 6 Bandar Lampung*, Journal Counseling.
- Hurlock, B. E. (1994). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Rentang Kehidupan*. Alih Bahasa, Jakarta: Erlangga.
- Java Tresna. (2016). *Perilaku Konsumtif dikalangan Mahasiswa FIS UNY pada Klinik.Kecantikan*.<http://eprints.uny.ac.id/22542/15/ringkasan%20skripsi>.
- Jonathan Sarwono dan Hendra Nur Salim. (2017). *Prosedur-Prosedur Populer Statistik Untuk Analisis Data Riset*, Skripsi, Yogyakarta: Gava Media.
- Juliansyah Noor. (2013). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana.
- Kunandar. (2010). *Langkah Mudah Penelitian Tindakan Kelas*, Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Marzuki. (1989). *Metodologi Riset*, Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UI.
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P., & Haditono, S.R. (2002). *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Murisal. (2017). *Pengaruh Kelompok Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif pada Remaja Puteri*, Jurnal Ilmiah Kajian Gender (Online), Vol. 2, No. 2, (2012). Diakses 17 September.
- Nur Fitriyani dkk. (2017). *Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang*, Jurnal Psikologi Undip (Online), Vol.12, No.1, April (2013), email:phytrycayangmum@yahoo.com. Diakses 09 September.
- Nyoman Dantes. (2012). *Metode Penelitian*, Yogyakarta: ANDI.
- Prayitno, Erman Amti. (1994). *Dasar-Dasar Bimbingan dan Konseling*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Prayitno. (2004). *Seri Layanan Konseling*, Padang.
- Rasyid Masri, (2011). *Mengenal Sosiologi "Suatu Pengantar"*, Cet. I; Makassar: Alauddin University Press.

- Rifa Dwi Setyani Anugrahati. (2014). *Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*, Skripsi Fakultas FISIP Universitas Negeri Yogyakarta.
- Rusli Ibrahim, (2001). *Pembinaan Perilaku Sosial Melalui Pendidikan Jasmani*, Jakarta: direktorat Jendral olahraga.
- Setia Prama, dkk. (2016). *Dasar-Dasar Statistika Dengan Software R Konsep dan Aplikasi*, Bogor: Penerbit In Media.
- S. Margono, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (2005). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sofian Willis. (2003). *Konseling Individu*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Subaca. (2005). *Statistik Pendidikan*, Bandung: Pustaka Setia.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*, Bandung: Alfabeta, cv.
- Suharsimi Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Sukardi. (2011). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Prakteknya*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sunjoyo, dkk. (2013). *Aplikasi SPSS untuk Smart Riset (Program IBM SPSS 21.0)*, Bandung: Alfabeta.
- Suyasa, Y dan Fransisca. (2005) *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. Jurnal Pronesis*, Vol.7, No.2.
- Syamsu Yusuf. (2016). *Konseling Individual, Konsep Dasar dan Pendekatan*, Bandung: Refika Aditama.
- Syofian Siregar. (2014). *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Willis S. Sofyan. (2007). *Konseling Individual Teori dan Praktek*, Bandung: CV Alfabeta.

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH  
NOMOR: B-15542/Un.08/FTK/KP.07.6/10/2018**

**TENTANG:  
PENGANGKATAN PEMBIMBING SKRIPSI MAHASISWA FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN  
UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**

**DEKAN FTK UIN AR-RANIRY BANDA ACEH**

- Menimbang : a. bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi dan ujian munaqasyah mahasiswa pada Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry Banda Aceh maka dipandang perlu Menunjuk pembimbing skripsi tersebut yang dituangkan dalam Surat Keputusan Dekan;
- b. bahwa saudara yang tersebut namanya dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diangkat sebagai pembimbing skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor 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 Sistem Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah No. 74 Tahun 2012 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah RI Nomor 23 Tahun 2005 tentang Pengelolaan Keuangan Badan Layanan Umum;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
6. Peraturan Presiden Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh menjadi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
7. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang Organisasi & Tata Kerja UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
8. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 21 Tahun 2015, tentang Statuta UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Keputusan Menteri Agama Nomor 492 Tahun 2003, tentang Pendelegasian Wewenang Pengangkatan, Pemindahan, dan Pemberhentian PNS di Lingkungan Depag. RI;
10. Keputusan Menteri Keuangan Nomor 293/KMK.05/2011 tentang Penetapan Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh pada Kementerian Agama sebagai Instansi Pemerintah yang Menerapkan Pengelolaan Badan Layanan Umum;
11. Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor 01 Tahun 2015, tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur Pascasarjana di Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
- Memperhatikan : Keputusan Sidang/Seminar Proposal Skripsi Prodi Bimbingan Konseling, tanggal 10 Oktober 2019

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan :  
**PERTAMA** : Menunjuk Saudara:
- |                    |                            |
|--------------------|----------------------------|
| 1. Mukhlis, M. Pd  | Sebagai pembimbing pertama |
| 2. Asriyana, M. Pd | Sebagai pembimbing kedua   |
- Untuk membimbing skripsi :
- Nama : Santika  
NIM : 160213001  
Program Studi : Bimbingan dan Konseling  
Judul Skripsi : Penerapan Layanan Konseling Individual terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa
- KEDUA** : Pembiayaan honorarium pembimbing pertama dan kedua tersebut di atas dibebankan pada DIPA UIN Ar-Raniry Banda Aceh
- KETIGA** : Surat Keputusan ini berlaku sampai akhir semester Ganjil Tahun Akademik 2019/2020
- KEEMPAT** : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan dirubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 25 Oktober 2019

An. Rektor  
Dekan

  
**Muslim Razali**

**Tembusan**

1. Rektor UIN Ar-Raniry di Banda Aceh;
2. Ketua Prodi Bimbingan Konseling;
3. Pembimbing yang bersangkutan untuk dimaklumi dan dilaksanakan;
4. Yang bersangkutan.



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telepon : 0651- 7557321, Email : uin@ar-raniry.ac.id

Nomor : B-10361/Un.08/FTK.1/TL.00/09/2020  
Lamp : -  
Hal : **Penelitian Ilmiah Mahasiswa**

Kepada Yth,  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Universitas Syiah Kuala, Universitas STKIP BBG

Assalamu'alaikum Wr.Wb.  
Pimpinan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan UIN Ar-Raniry dengan ini menerangkan bahwa:

Nama/NIM : **SANTIKA / 160213001**  
Semester/Jurusan : IX / Bimbingan Konseling  
Alamat sekarang : Jl. Laks. Malahayati Gampoeng Cadek Kec. Baitussalam Kab. Aceh Besar

Saudara yang tersebut namanya diatas benar mahasiswa Fakultas Tarbiyah dan Keguruan bermaksud melakukan penelitian ilmiah di lembaga yang Bapak pimpin dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul **Penerapan Konseling Individual terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa**

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami mengucapkan terimakasih.

Banda Aceh, 24 September 2020  
an. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kelembagaan,



Berlaku sampai : 24 September  
2021

Dr. M. Chalis, M.Ag.

Lampiran 3

**HASIL JUDGMENT INSTRUMEN**

Instrumen : Perilaku Konsumtif  
Nama : Santika  
Nim : 160213001

PERTIMBANGAN	SARAN/REKOMENDASI/REVISI
Bahasa	BAIK
Kontruk	BAIK
Isi	BAIK

Banda Aceh, 19 Oktober 2020

Pembimbing Instrument



(Wanty Khaira, M.Ed)

## HASIL JUDGMENT INSTRUMENT

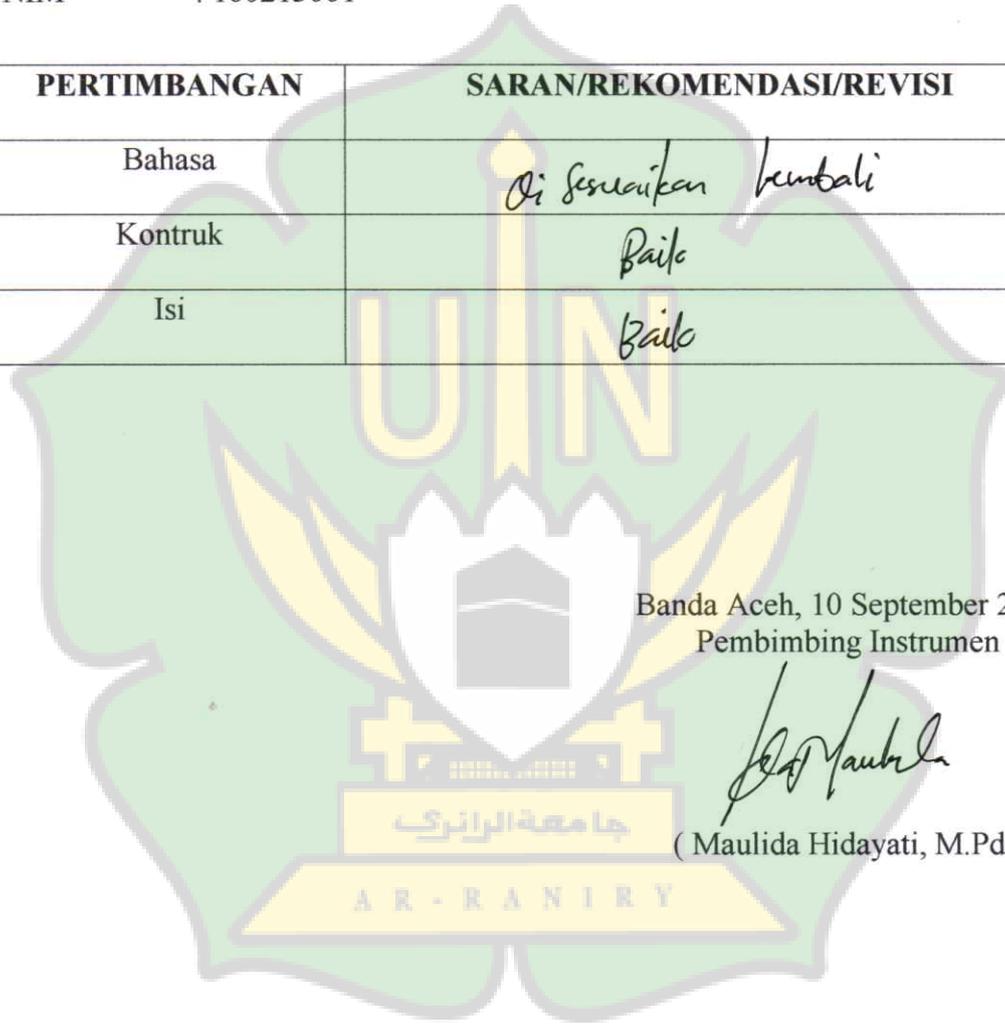
Instrumen : Perilaku Konsumtif  
Nama : Santika  
NIM : 160213001

PERTIMBANGAN	SARAN/REKOMENDASI/REVISI
Bahasa	<i>Di sesuaikan kembali</i>
Konstruksi	<i>Bailo</i>
Isi	<i>Bailo</i>

Banda Aceh, 10 September 2020  
Pembimbing Instrumen



(Maulida Hidayati, M.Pd.)



## HASIL JUDGMENT INSTRUMENT

Intrumen : Perilaku Konsumtif  
Nama : Santika  
Nim : 160213001

PERTIMBANGAN	SARAN/REKOMENDASI/REVISI
<b>Bahasa</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>-jangan menggunakan pengulangan kata saya pada pernyataan</li><li>- Masih ada pernyataan yang hampir sama jadi pilih masuk ke sub indikator yang lebih cocok atau perhatikan pernyataan favorabel dan unfavorabelnya jangan overlap</li></ul>
<b>Kontruk</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Perhatikan kembali apa makna dari soal favorabel dan unfavorabel</li></ul>
<b>Isi</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Masih ada pernyataan yang mengungkap hal yang sama tolong diteliti lagi bunyi pernyataannya</li></ul>

Banda Aceh, 14 September 2020

A R - R A N I R Pembimbing Instrumen

Elviana, S.Ag., M.Si.

**Skor r tabel dan r hitung Hasil Uji Validitas Butir Item**

<b>No Pernyataan</b>	<b>r-tabel</b>	<b>r-hitung</b>	<b>Kesimpulan</b>	<b>Keterangan</b>
1	0,361	0,462	Valid	Dipakai
2	0,361	0,809	Valid	Dipakai
3	0,361	0,720	Valid	Dipakai
4	0,361	0,441	Valid	Dipakai
5	0,361	0,155	Invalid	Dibuang
6	0,361	0,662	Valid	Dipakai
7	0,361	0,462	Valid	Dipakai
8	0,361	0,345	Invalid	Dibuang
9	0,361	0,465	Valid	Dipakai
10	0,361	0,472	Valid	Dipakai
11	0,361	0,438	Valid	Dipakai
12	0,361	0,682	Valid	Dipakai
13	0,361	0,607	Valid	Dipakai
14	0,361	0,825	Valid	Dipakai
15	0,361	0,370	Valid	Dipakai
16	0,361	0,640	Valid	Dipakai
17	0,361	0,057	Invalid	Dibuang
18	0,361	0,135	Invalid	Dibuang
19	0,361	0,513	Valid	Dipakai
20	0,361	0,839	Valid	Dipakai
21	0,361	0,718	Valid	Dipakai
22	0,361	0,295	Invalid	Dibuang
23	0,361	0,095	Invalid	Dibuang
24	0,361	0,542	Valid	Dipakai
25	0,361	0,546	Valid	Dipakai
26	0,361	0,838	Valid	Dipakai
27	0,361	0,757	Valid	Dipakai
28	0,361	0,543	Valid	Dipakai
29	0,361	0,733	Valid	Dipakai
30	0,361	0,701	Valid	Dipakai
31	0,361	0,570	Valid	Dipakai
32	0,361	0,703	Valid	Dipakai
33	0,361	0,724	Valid	Dipakai
34	0,361	0,467	Valid	Dipakai
35	0,361	0,056	Invalid	Dibuang
36	0,361	0,487	Valid	Dipakai
37	0,361	0,263	Invalid	Dibuang
38	0,361	0,322	Invalid	Dibuang
39	0,361	0,872	Valid	Dipakai
40	0,361	0,581	Valid	Dipakai
41	0,361	0,802	Valid	Dipakai

42	0,361	0,818	Valid	Dipakai
43	0,361	0,526	Valid	Dipakai
44	0,361	0,843	Valid	Dipakai
45	0,361	0,494	Valid	Dipakai
46	0,361	0,441	Valid	Dipakai
47	0,361	0,760	Valid	Dipakai
48	0,361	0,686	Valid	Dipakai
49	0,361	0,253	Invalid	Dibuang
50	0,361	0,278	Invalid	Dibuang
51	0,361	0,735	Valid	Dipakai
52	0,361	0,207	Invalid	Dibuang
53	0,361	0,600	Valid	Dipakai
54	0,361	0,356	Invalid	Dibuang
55	0,361	0,014	Invalid	Dibuang
56	0,361	0,205	Invalid	Dibuang
57	0,361	0,353	Invalid	Dibuang
58	0,361	0,260	Invalid	Dibuang
59	0,361	0,653	Valid	Dipakai
60	0,361	0,657	Valid	Dipakai
61	0,361	0,544	Valid	Dipakai
62	0,361	0,735	Valid	Dipakai
63	0,361	0,302	Invalid	Dibuang
64	0,361	0,615	Valid	Dipakai
65	0,361	0,137	Invalid	Dibuang
66	0,361	0,283	Invalid	Dibuang
67	0,361	0,477	Valid	Dipakai
68	0,361	0,295	Invalid	Dibuang
69	0,361	0,534	Valid	Dipakai
70	0,361	0,541	Valid	Dipakai
71	0,361	0,329	Invalid	Dibuang
72	0,361	0,767	Valid	Dipakai
73	0,361	0,747	Valid	Dipakai
74	0,361	0,764	Valid	Dipakai
75	0,361	0,717	Valid	Dipakai
76	0,361	0,332	Invalid	Dibuang
77	0,361	0,110	Invalid	Dibuang
78	0,361	0,031	Invalid	Dibuang
79	0,361	0,076	Invalid	Dibuang
80	0,361	0,032	Invalid	Dibuang
81	0,361	0,593	Valid	Dipakai
82	0,361	0,418	Valid	Dipakai
83	0,361	0,734	Valid	Dipakai
84	0,361	0,734	Valid	Dipakai
85	0,361	0,030	Invalid	Dibuang

Lampiran 5

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		10
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	11,59525250
Most Extreme Differences	Absolute	,219
	Positive	,219
	Negative	-,180
Test Statistic		,219
Asymp. Sig. (2-tailed)		,192 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

**Paired Samples Statistics**

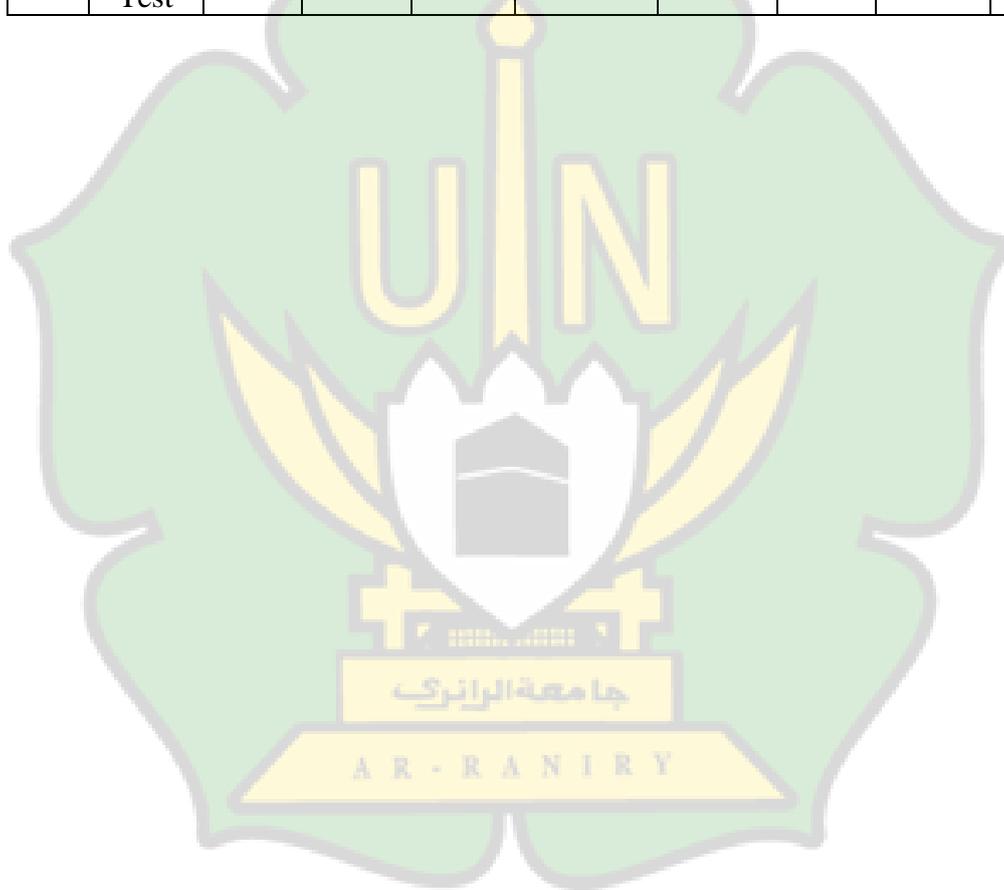
		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	Pre test	241,0000	10	6,42910	2,03306
	Post Test	144,8000	10	11,76435	3,72022

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Pre test & Post Test	10	,169	,641

### Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig.( 2- taile d)	
	Mean	Std. Devi ation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
				Lower	Upper				
Pair 1	Pre test - Post Test	96, 200 00	12,4 1683	3,92 655	87,317 53	105,0 8247	24, 500	9	,00 0



## Identitas responden

Nama : Fitri Malia  
Universitas : UIN Ar-Raniry  
Jenis Kelamin : Perempuan

### A. Petunjuk Pengisian

1. Berikan tanda ceklis (√) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan pilihan saudara/i. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pernyataan ini. Setiap jawaban saudara/I pada angket ini adalah benar selama hal tersebut sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran yang sebenarnya. Oleh karena itu saudara/i tidak perlu ragu dalam menjawabnya.
2. Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan
3. Angket yang telah diisi mohon dikembalikan

### B. Keterangan

SL : Selalu  
SR : Sering  
KK : Kadang-Kadang  
JR : Jarang  
TP : Tidak Pernah

Contoh pengisian:

No	Pernyataan	SL	SR	KK	JR	TP
1.	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.		√			

### C. Angket Variabel Perilaku Konsumtif

Kisi-kisi instrumen untuk mengungkapkan gejala Perilaku Konsumtif dikembangkan dari definisi operasional variabel penelitian. Kisi-kisi dari instrument pada table di bawah ini:

**TABEL ANGKET KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

NO	PERNYATAAN	SL	SR	KK	JR	TP
1	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.					√
2	Setiap di undang ke pesta, saya membeli baju baru.		√			
3	Saya membeli sepatu dengan model yang sama walaupun saya sudah memilikinya.		√			
4	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja.			√		
5	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus saya keluarkan untuk membeli barang-barang yang saya sukai.	√				
6	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli baju.	√				
7	Lebih baik saya menabung daripada menghabiskan uang untuk berfoya-foya.				√	
8	Saya senang mengenakan aksesoris, tetapi bukan berarti saya membeli aksesoris sebanyak-banyaknya.				√	
9	Saya tidak membeli barang secara berlebihan, karena saya masih banyak kebutuhan.			√		
10	Saya tidak tertarik membeli barang yang ada diskonnya.	√				
11	Saya tidak membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan.			√		
12	Saya tidak berminat untuk membeli produk walaupun terdapat bonus.				√	
13	Saya gengsi membeli suatu barang yang terdapat hadiah di dalam kemasannya.					√

14	Saya malu jika membeli barang yang ada hadiah di dalam kemasannya.					√
15	Saya membeli barang bila terdapat hadiah dalam kemasannya.					√
16	Saya belanja produk yang di tawarkan.					√
17	Saya hanya membeli barang yang bertuliskan beli 1 dapat 2.			√		
18	Saya sangat senang membeli barang yang ada diskonnya.			√		
19	Saya mengutamakan membeli barang yang ada hadiah dan diskon.		√			
20	Saya menunda membeli suatu produk walaupun bonusnya menarik.	√				
21	Saya mempertimbangkan dengan matang bila ingin membeli suatu barang.	√				
22	Saya tidak langsung membeli barang-barang yang saya suka.			√		
23	Saya merencanakan terlebih dahulu barang-barang yang akan saya beli.	√				
24	Kualitas menjadi pertimbangan saya dalam membeli barang.	√				
25	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik.		√			
26	Saya suka membeli barang yang bungkusannya berwarna-warni					√
27	Ketika saya melihat sepatu dengan model terbaru, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu.		√			
28	Saya langsung membeli barang-barang yang ditawarkan oleh penjual kepada saya.			√		
29	Saya segera membeli aksesoris perhiasan tanpa melihat kualitas barangnya.					√
30	Saya langsung membeli perhiasan yang dipajang di etalase toko, walaupun ada yang lebih baik dari perhiasan itu.					√
31	Membeli barang yang bermerek bukan ciri khas saya.					√
32	Membeli produk yang tidak bermerek tetap dapat menunjang penampilan saya.		√			

33	Saya tidak tertarik membeli suatu produk hanya supaya dianggap berbeda dengan teman-teman.		√			
34	Daripada meminjam pakaian milik teman saya untuk pergi kuliah, lebih baik saya membeli sendiri.	√				
35	Ketika membeli barang saya melihat keuangan, merek bukan suatu patokan saya		√			
36	Saya tidak membeli produk bermerek agar terlihat bergensi.		√			
37	Ketika saya berbelanja saya tidak mempertimbangkan merek.			√		
38	Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan, bukan karena mereknya.		√			
39	Saya membeli produk model merek terbaru untuk menjaga gengsi.				√	
40	Saya membeli produk yang sedang trend karena itu ciri khas diri saya.			√		
41	Mengeluarkan banyak uang untuk belanja barang bermerek agar terlihat berkelas.		√			
42	Saya hanya membeli barang yang bermerk.			√		
43	Saya update membeli barang yang keluaran terbaru.				√	
44	Saya tidak memakai barang yang lama setelah membeli barang keluaran terbaru.				√	
45	Saya membeli perfume yang mahal hanya karena bujukan dari teman-teman saya.				√	
46	Saya suka membeli barang-barang yang saya pikir sebenarnya kurang berguna.		√			
47	Saya membeli jam tangan yang tidak saya sukai, karena takut dianggap pelit.				√	
48	Saya senang berpakaian yang berbeda dengan orang lain		√			
49	Saya suka di perhatikan				√	
50	Saya tidak ingin di bedakan dengan orang lain.		√			
51	Saya tidak suka menonjolkan diri.		√			
52	Saya menunda apa yang saya inginkan meskipun keinginan hati sangat kuat.			√		
53	Saya mampu mengelola kesenangan hati saya.	√				
54	Saya percaya diri walaupun tidak memakai		√			

	barang mahal.					
55	Saya membeli barang bukan karena harga yang mahal melainkan karena manfaatnya.	√				
56	Saya tetap tampil menawan walaupun produk yang dipakai tidak mahal.	√				
57	Saya membeli barang tidak mahal tapi berkualitas.				√	
58	Saya percaya diri walaupun tidak memakai produk yang sedang trend.	√				
59	Saya membeli produk yang mempunyai harga mahal agar terlihat berkelas.	√				
60	Saya membeli barang mahal karena di iklahkan oleh artis walaupun barang tersebut tidak bermanfaat untuk saya.				√	
61	Memakai barang mahal dapat menunjang penampilan saya di depan orang lain.				√	
62	Saya belanja barang mewah walaupun saya tidak membutuhkannya.				√	
63	Saya berbelanja barang yang saya sukai tanpa melihat manfaatnya.		√			
64	Saya banyak membeli baju baru karena gengsi semata.		√			
65	Apa yang saya inginkan harus segera terpenuhi	√				
66	Saya tidak peduli dengan komentar orang lain.	√				
67	Saya tidak membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.				√	
68	Produk yang saya pakai tidak harus sama dengan yang di pakai oleh idola saya.	√				
69	Idola saya menawarkan produk, tetapi saya tetap tidak ingin membelinya.	√				
70	Saya hanya membeli barang yang bermanfaat dari pengiklanan.				√	
71	Saya mengutamakan kebutuhan dari pada penawaran dari idola saya.	√				
72	Saya membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.		√			
73	Saya membelanjakan uang hanya untuk membeli produk yang sama dengan idola saya.					√
74	Saya membeli produk yang diiklankan oleh					√

	idola saya, walaupun tidak cocok untuk saya.					
75	Saya mengutamakan membeli barang yang diiklankan oleh idola saya walaupun saya tidak membutuhkannya					√
76	Saya akan membeli barang yang KW asalkan sama dengan idola saya.					√
77	Saya tidak membeli produk dengan jenis yang sama jika produk yang lama masih bisa pakai.			√		
78	Saya tidak memakai 2 atau lebih jenis barang yang sama dengan merek berbeda.				√	
79	Saya tidak membeli barang dengan merek yang berbeda walaupun saya sangat menyukainya.		√			
80	Saya mempertimbangkan harga pada barang yang beda dengan kebutuhan saya.	√				
81	Saya membeli produk dengan jenis yang sama tetapi merek yang berbeda walaupun produk yang lama belum habis dipakai.			√		
82	Saya suka membeli produk dengan merek yang berbeda-beda.				√	
83	Saya suka membeli barang yang di pakai oleh temen saya, walaupun barang tersebut tidak jauh beda dengan yang saya punya.				√	
84	Saya membeli barang yang sama tetapi warna yang beda.		√			
85	Saya membeli pelembab muka yang sebenarnya bukan pelambab yang biasa saya gunakan.				√	

### Identitas responden

Nama : Hardiyanti  
Universitas : STKIP BBG  
Jenis Kelamin : Perempuan

### D. Petunjuk Pengisian

4. Berikan tanda ceklis (√) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan pilihan saudara/i. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pernyataan ini. Setiap jawaban saudara/I pada angket ini adalah benar selama hal tersebut sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran yang sebenarnya. Oleh karena itu saudara/i tidak perlu ragu dalam menjawabnya.
5. Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan
6. Angket yang telah diisi mohon dikembalikan

### E. Keterangan

SL : Selalu  
SR : Sering  
KK : Kadang-Kadang  
JR : Jarang  
TP : Tidak Pernah

Contoh pengisian:

No	Pernyataan	SL	SR	KK	JR	TP
1.	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.		√			

## F. Angket Variabel Perilaku Konsumtif

Kisi-kisi instrumen untuk mengungkapkan gejala Perilaku Konsumtif dikembangkan dari definisi operasional variabel penelitian. Kisi-kisi dari instrument pada table di bawah ini:

**TABEL ANGKET KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

NO	PERNYATAAN	SL	SR	KK	JR	TP
1	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.					√
2	Setiap di undang ke pesta, saya membeli baju baru.			√		
3	Saya membeli sepatu dengan model yang sama walaupun saya sudah memilikinya.				√	
4	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja.		√			
5	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus saya keluarkan untuk membeli barang-barang yang saya sukai.	√				
6	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli baju.			√		
7	Lebih baik saya menabung daripada menghabiskan uang untuk berfoya-foya.				√	
8	Saya senang mengenakan aksesoris, tetapi bukan berarti saya membeli aksesoris sebanyak-banyaknya.					√
9	Saya tidak membeli barang secara berlebihan, karena saya masih banyak kebutuhan.			√		
10	Saya tidak tertarik membeli barang yang ada diskonnya.					√
11	Saya tidak membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan.				√	
12	Saya tidak berminat untuk membeli produk walaupun terdapat bonus.				√	
13	Saya gengsi membeli suatu barang yang terdapat hadiah di dalam kemasannya.					√

14	Saya malu jika membeli barang yang ada hadiah di dalam kemasannya.					√
15	Saya membeli barang bila terdapat hadiah dalam kemasannya.					√
16	Saya belanja produk yang di tawarkan.					√
17	Saya hanya membeli barang yang bertuliskan beli 1 dapat 2.			√		
18	Saya sangat senang membeli barang yang ada diskonnya.		√			
19	Saya mengutamakan membeli barang yang ada hadiah dan diskon.	√				
20	Saya menunda membeli suatu produk walaupun bonusnya menarik.				√	
21	Saya mempertimbangkan dengan matang bila ingin membeli suatu barang.			√		
22	Saya tidak langsung membeli barang-barang yang saya suka.				√	
23	Saya merencanakan terlebih dahulu barang-barang yang akan saya beli.	√				
24	Kualitas menjadi pertimbangan saya dalam membeli barang.	√				
25	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik.				√	
26	Saya suka membeli barang yang bungkusannya berwarna-warni					√
27	Ketika saya melihat sepatu dengan model terbaru, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu.					√
28	Saya langsung membeli barang-barang yang ditawarkan oleh penjual kepada saya.				√	
29	Saya segera membeli aksesoris perhiasan tanpa melihat kualitas barangnya.			√		
30	Saya langsung membeli perhiasan yang dipajang di etalase toko, walaupun ada yang lebih baik dari perhiasan itu.					√
31	Membeli barang yang bermerek bukan ciri khas saya.					√
32	Membeli produk yang tidak bermerek tetap dapat menunjang penampilan saya.		√			

33	Saya tidak tertarik membeli suatu produk hanya supaya dianggap berbeda dengan teman-teman.				√	
34	Daripada meminjam pakaian milik teman saya untuk pergi kuliah, lebih baik saya membeli sendiri.	√				
35	Ketika membeli barang saya melihat keuangan, merek bukan suatu patokan saya	√				
36	Saya tidak membeli produk bermerek agar terlihat bergensi.		√			
37	Ketika saya berbelanja saya tidak mempertimbangkan merek.	√				
38	Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan, bukan karena mereknya.				√	
39	Saya membeli produk model merek terbaru untuk menjaga gengsi.					√
40	Saya membeli produk yang sedang trend karena itu ciri khas diri saya.					√
41	Mengeluarkan banyak uang untuk belanja barang bermerek agar terlihat berkelas.				√	
42	Saya hanya membeli barang yang bermerk.				√	
43	Saya update membeli barang yang keluaran terbaru.				√	
44	Saya tidak memakai barang yang lama setelah membeli barang keluaran terbaru.					√
45	Saya membeli perfume yang mahal hanya karena bujukan dari teman-teman saya.					√
46	Saya suka membeli barang-barang yang saya pikir sebenarnya kurang berguna.					√
47	Saya membeli jam tangan yang tidak saya sukai, karena takut dianggap pelit.					√
48	Saya senang berpakaian yang berbeda dengan orang lain			√		
49	Saya suka di perhatikan			√		
50	Saya tidak ingin di bedakan dengan orang lain.		√			
51	Saya tidak suka menonjolkan diri.			√		
52	Saya menunda apa yang saya inginkan meskipun keinginan hati sangat kuat.		√			
53	Saya mampu mengelola kesenangan hati saya.			√		
54	Saya percaya diri walaupun tidak memakai		√			

	barang mahal.					
55	Saya membeli barang bukan karena harga yang mahal melainkan karena manfaatnya.	√				
56	Saya tetap tampil menawan walaupun produk yang dipakai tidak mahal.		√			
57	Saya membeli barang tidak mahal tapi berkualitas.		√			
58	Saya percaya diri walaupun tidak memakai produk yang sedang trend.		√			
59	Saya membeli produk yang mempunyai harga mahal agar terlihat berkelas.				√	
60	Saya membeli barang mahal karena di iklahkan oleh artis walaupun barang tersebut tidak bermanfaat untuk saya.					√
61	Memakai barang mahal dapat menunjang penampilan saya di depan orang lain.					√
62	Saya belanja barang mewah walaupun saya tidak membutuhkannya.					√
63	Saya berbelanja barang yang saya sukai tanpa melihat manfaatnya.		√			
64	Saya banyak membeli baju baru karena gengsi semata.			√		
65	Apa yang saya inginkan harus segera terpenuhi			√		
66	Saya tidak peduli dengan komentar orang lain.		√			
67	Saya tidak membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.			√		
68	Produk yang saya pakai tidak harus sama dengan yang di pakai oleh idola saya.		√			
69	Idola saya menawarkan produk, tetapi saya tetap tidak ingin membelinya.		√			
70	Saya hanya membeli barang yang bermanfaat dari pengiklanan.			√		
71	Saya mengutamakan kebutuhan dari pada penawaran dari idola saya.		√			
72	Saya membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.					√
73	Saya membelanjakan uang hanya untuk membeli produk yang sama dengan idola saya.					√
74	Saya membeli produk yang diiklankan oleh					√

	idola saya, walaupun tidak cocok untuk saya.					
75	Saya mengutamakan membeli barang yang diiklankan oleh idola saya walaupun saya tidak membutuhkannya					√
76	Saya akan membeli barang yang KW asalkan sama dengan idola saya.				√	
77	Saya tidak membeli produk dengan jenis yang sama jika produk yang lama masih bisa pakai.		√			
78	Saya tidak memakai 2 atau lebih jenis barang yang sama dengan merek berbeda.	√				
79	Saya tidak membeli barang dengan merek yang berbeda walaupun saya sangat menyukainya.		√			
80	Saya mempertimbangkan harga pada barang yang beda dengan kebutuhan saya.	√				
81	Saya membeli produk dengan jenis yang sama tetapi merek yang berbeda walaupun produk yang lama belum habis dipakai.				√	
82	Saya suka membeli produk dengan merek yang berbeda-beda.		√			
83	Saya suka membeli barang yang di pakai oleh temen saya, walaupun barang tersebut tidak jauh beda dengan yang saya punya.				√	
84	Saya membeli barang yang sama tetapi warna yang beda.				√	
85	Saya membeli pelembab muka yang sebenarnya bukan pelambab yang biasa saya gunakan.		√			

### Identitas responden

Nama : Sartika Ningsih  
Universitas : Universitas Syuah Kuala  
Jenis Kelamin : Perempuan

### G. Petunjuk Pengisian

7. Berikan tanda ceklis (√) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan pilihan saudara/i. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pernyataan ini. Setiap jawaban saudara/I pada angket ini adalah benar selama hal tersebut sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran yang sebenarnya. Oleh karena itu saudara/i tidak perlu ragu dalam menjawabnya.
8. Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan
9. Angket yang telah diisi mohon dikembalikan

### H. Keterangan

SL : Selalu  
SR : Sering  
KK : Kadang-Kadang  
JR : Jarang  
TP : Tidak Pernah

Contoh pengisian:

No	Pernyataan	SL	SR	KK	JR	TP
1.	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.		√			

## I. Angket Variabel Perilaku Konsumtif

Kisi-kisi instrumen untuk mengungkapkan gejala Perilaku Konsumtif dikembangkan dari definisi operasional variabel penelitian. Kisi-kisi dari instrument pada table di bawah ini:

**TABEL ANGKET KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

NO	PERNYATAAN	SL	SR	KK	JR	TP
1	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.	√				
2	Setiap di undang ke pesta, saya membeli baju baru.				√	
3	Saya membeli sepatu dengan model yang sama walaupun saya sudah memilikinya.				√	
4	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja.		√			
5	Saya tidak memikirkan jumlah uang yang harus saya keluarkan untuk membeli barang-barang yang saya sukai.					√
6	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli baju.	√				
7	Lebih baik saya menabung daripada menghabiskan uang untuk berfoya-foya.	√				
8	Saya senang mengenakan aksesoris, tetapi bukan berarti saya membeli aksesoris sebanyak-banyaknya.	√				
9	Saya tidak membeli barang secara berlebihan, karena saya masih banyak kebutuhan.	√				
10	Saya tidak tertarik membeli barang yang ada diskonnya.			√		
11	Saya tidak membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan.				√	
12	Saya tidak berminat untuk membeli produk walaupun terdapat bonus.					√
13	Saya gengsi membeli suatu barang yang terdapat hadiah di dalam kemasannya.					√

14	Saya malu jika membeli barang yang ada hadiah di dalam kemasannya.					√
15	Saya membeli barang bila terdapat hadiah dalam kemasannya.					√
16	Saya belanja produk yang di tawarkan.				√	
17	Saya hanya membeli barang yang bertuliskan beli 1 dapat 2.				√	
18	Saya sangat senang membeli barang yang ada diskonnya.	√				
19	Saya mengutamakan membeli barang yang ada hadiah dan diskon.	√				
20	Saya menunda membeli suatu produk walaupun bonusnya menarik.					√
21	Saya mempertimbangkan dengan matang bila ingin membeli suatu barang.	√				
22	Saya tidak langsung membeli barang-barang yang saya suka.	√				
23	Saya merencanakan terlebih dahulu barang-barang yang akan saya beli.	√				
24	Kualitas menjadi pertimbangan saya dalam membeli barang.	√				
25	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik.			√		
26	Saya suka membeli barang yang bungkusannya berwarna-warni					√
27	Ketika saya melihat sepatu dengan model terbaru, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu.			√		
28	Saya langsung membeli barang-barang yang ditawarkan oleh penjual kepada saya.				√	
29	Saya segera membeli aksesoris perhiasan tanpa melihat kualitas barangnya.					√
30	Saya langsung membeli perhiasan yang dipajang di etalase toko, walaupun ada yang lebih baik dari perhiasan itu.				√	
31	Membeli barang yang bermerek bukan ciri khas saya.			√		
32	Membeli produk yang tidak bermerek tetap dapat menunjang penampilan saya.		√			

33	Saya tidak tertarik membeli suatu produk hanya supaya dianggap berbeda dengan teman-teman.	√				
34	Daripada meminjam pakaian milik teman saya untuk pergi kuliah, lebih baik saya membeli sendiri.	√				
35	Ketika membeli barang saya melihat keuangan, merek bukan suatu patokan saya	√				
36	Saya tidak membeli produk bermerek agar terlihat bergensi.	√				
37	Ketika saya berbelanja saya tidak mempertimbangkan merek.	√				
38	Saya hanya membeli barang yang dibutuhkan, bukan karena mereknya.	√				
39	Saya membeli produk model merek terbaru untuk menjaga gengsi.					√
40	Saya membeli produk yang sedang trend karena itu ciri khas diri saya.					√
41	Mengeluarkan banyak uang untuk belanja barang bermerek agar terlihat berkelas.					√
42	Saya hanya membeli barang yang bermerk.				√	
43	Saya update membeli barang yang keluaran terbaru.					√
44	Saya tidak memakai barang yang lama setelah membeli barang keluaran terbaru.					√
45	Saya membeli perfume yang mahal hanya karena bujukan dari teman-teman saya.					√
46	Saya suka membeli barang-barang yang saya pikir sebenarnya kurang berguna.					√
47	Saya membeli jam tangan yang tidak saya sukai, karena takut dianggap pelit.					√
48	Saya senang berpakaian yang berbeda dengan orang lain	√				
49	Saya suka di perhatikan	√				
50	Saya tidak ingin di bedakan dengan orang lain.			√		
51	Saya tidak suka menonjolkan diri.				√	
52	Saya menunda apa yang saya inginkan meskipun keinginan hati sangat kuat.		√			
53	Saya mampu mengelola kesenangan hati saya.		√			
54	Saya percaya diri walaupun tidak memakai	√				

	barang mahal.					
55	Saya membeli barang bukan karena harga yang mahal melainkan karena manfaatnya.		√			
56	Saya tetap tampil menawan walaupun produk yang dipakai tidak mahal.			√		
57	Saya membeli barang tidak mahal tapi berkualitas.		√			
58	Saya percaya diri walaupun tidak memakai produk yang sedang trend.		√		√	
59	Saya membeli produk yang mempunyai harga mahal agar terlihat berkelas.				√	
60	Saya membeli barang mahal karena di iklahkan oleh artis walaupun barang tersebut tidak bermanfaat untuk saya.				√	
61	Memakai barang mahal dapat menunjang penampilan saya di depan orang lain.					√
62	Saya belanja barang mewah walaupun saya tidak membutuhkannya.					√
63	Saya berbelanja barang yang saya sukai tanpa melihat manfaatnya.					√
64	Saya banyak membeli baju baru karena gengsi semata.					√
65	Apa yang saya inginkan harus segera terpenuhi		√			
66	Saya tidak peduli dengan komentar orang lain.	√				
67	Saya tidak membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.		√			
68	Produk yang saya pakai tidak harus sama dengan yang di pakai oleh idola saya.	√				
69	Idola saya menawarkan produk, tetapi saya tetap tidak ingin membelinya.			√		
70	Saya hanya membeli barang yang bermanfaat dari pengiklanan.			√		
71	Saya mengutamakan kebutuhan dari pada penawaran dari idola saya.		√			
72	Saya membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.		√			
73	Saya membelanjakan uang hanya untuk membeli produk yang sama dengan idola saya.			√		
74	Saya membeli produk yang diiklankan oleh			√		

	idola saya, walaupun tidak cocok untuk saya.					
75	Saya mengutamakan membeli barang yang diiklankan oleh idola saya walaupun saya tidak membutuhkannya			√		
76	Saya akan membeli barang yang KW asalkan sama dengan idola saya.					√
77	Saya tidak membeli produk dengan jenis yang sama jika produk yang lama masih bisa pakai.			√		
78	Saya tidak memakai 2 atau lebih jenis barang yang sama dengan merek berbeda.			√		
79	Saya tidak membeli barang dengan merek yang berbeda walaupun saya sangat menyukainya.			√		
80	Saya mempertimbangkan harga pada barang yang beda dengan kebutuhan saya.			√		
81	Saya membeli produk dengan jenis yang sama tetapi merek yang berbeda walaupun produk yang lama belum habis dipakai.			√		
82	Saya suka membeli produk dengan merek yang berbeda-beda.			√		
83	Saya suka membeli barang yang di pakai oleh temen saya, walaupun barang tersebut tidak jauh beda dengan yang saya punya.			√		
84	Saya membeli barang yang sama tetapi warna yang beda.			√		
85	Saya membeli pelembab muka yang sebenarnya bukan pelambab yang biasa saya gunakan.			√		

## Identitas responden

Nama : A3  
Universitas : Universitas Syiah Kuala  
Jenis Kelamin : Perempuan

### A. Petunjuk Pengisian

1. Berikan tanda ceklis (√) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan pilihan saudara/i. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pernyataan ini. Setiap jawaban saudara/I pada angket ini adalah benar selama hal tersebut sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran yang sebenarnya. Oleh karena itu saudara/i tidak perlu ragu dalam menjawabnya.
2. Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan
3. Angket yang telah diisi mohon dikembalikan

### B. Keterangan

SL : Selalu  
SR : Sering  
KK : Kadang-Kadang  
JR : Jarang  
TP : Tidak Pernah

Contoh pengisian:

No	Pernyataan	SL	SR	KK	JR	TP
1.	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.		√			

### C. Angket Variabel Perilaku Konsumtif

Kisi-kisi instrumen untuk mengungkapkan gejala Perilaku Konsumtif dikembangkan dari definisi operasional variabel penelitian. Kisi-kisi dari instrument pada table di bawah ini:

**TABEL ANGKET KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

NO	PERNYATAAN	SL	SR	KK	JR	TP
1	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.					√
2	Setiap di undang ke pesta, saya membeli baju baru.					√
3	Saya membeli sepatu dengan model yang sama walaupun saya sudah memilikinya.					√
4	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja.					√
5	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli baju.		√			
6	Lebih baik saya menabung daripada menghabiskan uang untuk berfoya-foya.		√			
7	Saya tidak membeli barang secara berlebihan, karena saya masih banyak kebutuhan.			√		
8	Saya tidak tertarik membeli barang yang ada diskonnya.			√		
9	Saya tidak membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan.			√		
10	Saya tidak berminat untuk membeli produk walaupun terdapat bonus.				√	
11	Saya gengsi membeli suatu barang yang terdapat hadiah di dalam kemasannya.					√
12	Saya malu jika membeli barang yang ada hadiah di dalam kemasannya.					√
13	Saya membeli barang bila terdapat hadiah dalam kemasannya.					√
14	Saya belanja produk yang di tawarkan.				√	
15	Saya mengutamakan membeli barang yang ada hadiah dan diskon.					√
16	Saya menunda membeli suatu produk walaupun bonusnya menarik.					√
17	Saya mempertimbangkan dengan matang bila					√

	ingin membeli suatu barang.					
18	Kualitas menjadi pertimbangan saya dalam membeli barang.		√			
19	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik.					√
20	Saya suka membeli barang yang bungkusannya berwarna-warni				√	
21	Ketika saya melihat sepatu dengan model terbaru, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu.				√	
22	Saya langsung membeli barang-barang yang ditawarkan oleh penjual kepada saya.					√
23	Saya segera membeli aksesoris perhiasan tanpa melihat kualitas barangnya.					√
24	Saya langsung membeli perhiasan yang dipajang di etalase toko, walaupun ada yang lebih baik dari perhiasan itu.					√
25	Membeli barang yang bermerek bukan ciri khas saya.				√	
26	Membeli produk yang tidak bermerek tetap dapat menunjang penampilan saya.	√				
27	Saya tidak tertarik membeli suatu produk hanya supaya dianggap berbeda dengan teman-teman.	√				
28	Daripada meminjam pakaian milik teman saya untuk pergi kuliah, lebih baik saya membeli sendiri.		√			
29	Saya tidak membeli produk bermerek agar terlihat bergengsi.		√			
30	Saya membeli produk model merek terbaru untuk menjaga gengsi.				√	
31	Saya membeli produk yang sedang trend karena itu ciri khas diri saya.					√
32	Mengeluarkan banyak uang untuk belanja barang bermerek agar terlihat berkelas.					√
33	Saya hanya membeli barang yang bermerk.					√
34	Saya update membeli barang yang keluaran terbaru.					√
35	Saya tidak memakai barang yang lama setelah membeli barang keluaran terbaru.					√
36	Saya membeli perfume yang mahal hanya karena bujukan dari teman.					√
37	Saya suka membeli barang-barang yang saya pikir sebenarnya kurang berguna.					√
38	Saya membeli jam tangan yang tidak saya sukai, karena takut dianggap pelit.					√

39	Saya senang berpakaian yang berbeda dengan orang lain			√		
40	Saya tidak suka menonjolkan diri.			√		
41	Saya mampu mengelola kesenangan hati saya.		√			
42	Saya membeli produk yang mempunyai harga mahal agar terlihat berkelas.					√
43	Saya membeli barang mahal karena di iklahkan oleh banyak artis.					√
44	Memakai barang mahal dapat menunjang penampilan saya di depan orang lain.					√
45	Saya belanja barang mewah walaupun saya tidak membutuhkannya.					√
46	Saya banyak membeli baju baru karena gengsi semata.					√
47	Saya tidak membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.		√			
48	Idola saya menawarkan produk, tetapi saya tetap tidak ingin membelinya.	√				
49	Saya hanya membeli barang yang bermanfaat dari pengiklanan.					√
50	Saya membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.					√
51	Saya membelanjakan uang hanya untuk membeli produk yang sama dengan idola saya.					√
52	Saya membeli produk yang diiklankan oleh idola saya, walaupun tidak cocok untuk saya.				√	
53	Saya mengutamakan membeli barang yang diiklankan oleh idola saya walaupun saya tidak membutuhkannya			√		
54	Saya membeli produk dengan jenis yang sama tetapi merek yang berbeda walaupun produk yang lama belum habis dipakai.			√		
55	Saya suka membeli produk dengan merek yang berbeda-beda.			√		
56	Saya suka membeli barang yang di pakai oleh temen saya, walaupun barang tersebut tidak jauh beda dengan yang saya punya.			√		
57	Saya membeli barang yang sama tetapi warna yang beda.			√		

### Identitas responden

Nama : A5  
Universitas : STKIP BBG  
Jenis Kelamin : Perempuan

### D. Petunjuk Pengisian

4. Berikan tanda ceklis (√) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan pilihan saudara/i. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pernyataan ini. Setiap jawaban saudara/I pada angket ini adalah benar selama hal tersebut sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran yang sebenarnya. Oleh karena itu saudara/i tidak perlu ragu dalam menjawabnya.
5. Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan
6. Angket yang telah diisi mohon dikembalikan

### E. Keterangan

SL : Selalu  
SR : Sering  
KK : Kadang-Kadang  
JR : Jarang  
TP : Tidak Pernah

Contoh pengisian:

No	Pernyataan	SL	SR	KK	JR	TP
1.	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.		√			

## F. Angket Variabel Perilaku Konsumtif

Kisi-kisi instrumen untuk mengungkapkan gejala Perilaku Konsumtif dikembangkan dari definisi operasional variabel penelitian. Kisi-kisi dari instrument pada table di bawah ini:

**TABEL ANGKET KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

NO	PERNYATAAN	SL	SR	KK	JR	TP
1	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.					√
2	Setiap di undang ke pesta, saya membeli baju baru.					√
3	Saya membeli sepatu dengan model yang sama walaupun saya sudah memilikinya.					√
4	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja.					√
5	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli baju.		√			
6	Lebih baik saya menabung daripada menghabiskan uang untuk berfoya-foya.		√			
7	Saya tidak membeli barang secara berlebihan, karena saya masih banyak kebutuhan.	√				
8	Saya tidak tertarik membeli barang yang ada diskonnya.	√				
9	Saya tidak membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan.			√		
10	Saya tidak berminat untuk membeli produk walaupun terdapat bonus.			√		
11	Saya gengsi membeli suatu barang yang terdapat hadiah di dalam kemasannya.			√		
12	Saya malu jika membeli barang yang ada hadiah di dalam kemasannya.				√	
13	Saya membeli barang bila terdapat hadiah dalam kemasannya.				√	
14	Saya belanja produk yang di tawarkan.				√	
15	Saya mengutamakan membeli barang yang ada hadiah dan diskon.		√			
16	Saya menunda membeli suatu produk walaupun bonusnya menarik.			√		
17	Saya mempertimbangkan dengan matang bila			√		

	ingin membeli suatu barang.					
18	Kualitas menjadi pertimbangan saya dalam membeli barang.		√			
19	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik.			√		
20	Saya suka membeli barang yang bungkusannya berwarna-warni				√	
21	Ketika saya melihat sepatu dengan model terbaru, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu.					√
22	Saya langsung membeli barang-barang yang ditawarkan oleh penjual kepada saya.					√
23	Saya segera membeli aksesoris perhiasan tanpa melihat kualitas barangnya.			√		
24	Saya langsung membeli perhiasan yang dipajang di etalase toko, walaupun ada yang lebih baik dari perhiasan itu.					√
25	Membeli barang yang bermerek bukan ciri khas saya.				√	
26	Membeli produk yang tidak bermerek tetap dapat menunjang penampilan saya.					√
27	Saya tidak tertarik membeli suatu produk hanya supaya dianggap berbeda dengan teman-teman.					√
28	Daripada meminjam pakaian milik teman saya untuk pergi kuliah, lebih baik saya membeli sendiri.	√				
29	Saya tidak membeli produk bermerek agar terlihat bergengsi.	√				
30	Saya membeli produk model merek terbaru untuk menjaga gengsi.				√	
31	Saya membeli produk yang sedang trend karena itu ciri khas diri saya.					√
32	Mengeluarkan banyak uang untuk belanja barang bermerek agar terlihat berkelas.					√
33	Saya hanya membeli barang yang bermerk.					√
34	Saya update membeli barang yang keluaran terbaru.			√		
35	Saya tidak memakai barang yang lama setelah membeli barang keluaran terbaru.					√
36	Saya membeli perfume yang mahal hanya karena bujukan dari teman.					√
37	Saya suka membeli barang-barang yang saya pikir sebenarnya kurang berguna.					√
38	Saya membeli jam tangan yang tidak saya sukai, karena takut dianggap pelit.					√

39	Saya senang berpakaian yang berbeda dengan orang lain			√		
40	Saya tidak suka menonjolkan diri.				√	
41	Saya mampu mengelola kesenangan hati saya.		√			
42	Saya membeli produk yang mempunyai harga mahal agar terlihat berkelas.					√
43	Saya membeli barang mahal karena di iklahkan oleh banyak artis.					√
44	Memakai barang mahal dapat menunjang penampilan saya di depan orang lain.					√
45	Saya belanja barang mewah walaupun saya tidak membutuhkannya.					√
46	Saya banyak membeli baju baru karena gengsi semata.					√
47	Saya tidak membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.	√				
48	Idola saya menawarkan produk, tetapi saya tetap tidak ingin membelinya.		√			
49	Saya hanya membeli barang yang bermanfaat dari pengiklanan.		√			
50	Saya membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.					√
51	Saya membelanjakan uang hanya untuk membeli produk yang sama dengan idola saya.					√
52	Saya membeli produk yang diiklankan oleh idola saya, walaupun tidak cocok untuk saya.					√
53	Saya mengutamakan membeli barang yang diiklankan oleh idola saya walaupun saya tidak membutuhkannya					√
54	Saya membeli produk dengan jenis yang sama tetapi merek yang berbeda walaupun produk yang lama belum habis dipakai.					√
55	Saya suka membeli produk dengan merek yang berbeda-beda.					√
56	Saya suka membeli barang yang di pakai oleh temen saya, walaupun barang tersebut tidak jauh beda dengan yang saya punya.			√		
57	Saya membeli barang yang sama tetapi warna yang beda.			√		

### Identitas responden

Nama : A1  
Universitas : Universitas Islam Negeri Ar-Raniry  
Jenis Kelamin : Perempuan

### G. Petunjuk Pengisian

7. Berikan tanda ceklis (√) pada salah satu alternatif jawaban yang sesuai dengan pilihan saudara/i. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pernyataan ini. Setiap jawaban saudara/I pada angket ini adalah benar selama hal tersebut sesuai dengan keadaan, perasaan dan pikiran yang sebenarnya. Oleh karena itu saudara/i tidak perlu ragu dalam menjawabnya.
8. Pastikan tidak ada pernyataan yang terlewatkan
9. Angket yang telah diisi mohon dikembalikan

### H. Keterangan

SL : Selalu  
SR : Sering  
KK : Kadang-Kadang  
JR : Jarang  
TP : Tidak Pernah

Contoh pengisian:

No	Pernyataan	SL	SR	KK	JR	TP
1.	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.		√			

## I. Angket Variabel Perilaku Konsumtif

Kisi-kisi instrumen untuk mengungkapkan gejala Perilaku Konsumtif dikembangkan dari definisi operasional variabel penelitian. Kisi-kisi dari instrument pada table di bawah ini:

**TABEL ANGKET KISI-KISI INSTRUMEN PENELITIAN  
PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

NO	PERNYATAAN	SL	SR	KK	JR	TP
1	Saya membeli HP keluaran terbaru meskipun HP yang saya miliki relatif masih baru.				√	
2	Setiap di undang ke pesta, saya membeli baju baru.			√		
3	Saya membeli sepatu dengan model yang sama walaupun saya sudah memilikinya.		√			
4	Saya senang membeli baju baru meskipun hanya akan saya pakai sekali saja.					√
5	Saya mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum memutuskan membeli baju.					√
6	Lebih baik saya menabung daripada menghabiskan uang untuk berfoya-foya.					√
7	Saya tidak membeli barang secara berlebihan, karena saya masih banyak kebutuhan.				√	
8	Saya tidak tertarik membeli barang yang ada diskonnya.			√		
9	Saya tidak membeli produk karena adanya hadiah yang ditawarkan.			√		
10	Saya tidak berminat untuk membeli produk walaupun terdapat bonus.				√	
11	Saya gengsi membeli suatu barang yang terdapat hadiah di dalam kemasannya.				√	
12	Saya malu jika membeli barang yang ada hadiah di dalam kemasannya.				√	
13	Saya membeli barang bila terdapat hadiah dalam kemasannya.				√	
14	Saya belanja produk yang di tawarkan.					√
15	Saya mengutamakan membeli barang yang ada hadiah dan diskon.				√	
16	Saya menunda membeli suatu produk walaupun bonusnya menarik.				√	
17	Saya mempertimbangkan dengan matang bila				√	

	ingin membeli suatu barang.					
18	Kualitas menjadi pertimbangan saya dalam membeli barang.		√			
19	Saya langsung membeli barang yang menurut saya menarik.					√
20	Saya suka membeli barang yang bungkusannya berwarna-warni				√	
21	Ketika saya melihat sepatu dengan model terbaru, saya segera membelinya walaupun saya sudah memiliki banyak sepatu.					√
22	Saya langsung membeli barang-barang yang ditawarkan oleh penjual kepada saya.					√
23	Saya segera membeli aksesoris perhiasan tanpa melihat kualitas barangnya.				√	
24	Saya langsung membeli perhiasan yang dipajang di etalase toko, walaupun ada yang lebih baik dari perhiasan itu.					√
25	Membeli barang yang bermerek bukan ciri khas saya.					√
26	Membeli produk yang tidak bermerek tetap dapat menunjang penampilan saya.	√				
27	Saya tidak tertarik membeli suatu produk hanya supaya dianggap berbeda dengan teman-teman.		√			
28	Daripada meminjam pakaian milik teman saya untuk pergi kuliah, lebih baik saya membeli sendiri.	√				
29	Saya tidak membeli produk bermerek agar terlihat bergengsi.		√			
30	Saya membeli produk model merek terbaru untuk menjaga gengsi.					√
31	Saya membeli produk yang sedang trend karena itu ciri khas diri saya.					√
32	Mengeluarkan banyak uang untuk belanja barang bermerek agar terlihat berkelas.				√	
33	Saya hanya membeli barang yang bermerk.					√
34	Saya update membeli barang yang keluaran terbaru.					√
35	Saya tidak memakai barang yang lama setelah membeli barang keluaran terbaru.				√	
36	Saya membeli perfume yang mahal hanya karena bujukan dari teman.					√
37	Saya suka membeli barang-barang yang saya pikir sebenarnya kurang berguna.					√
38	Saya membeli jam tangan yang tidak saya sukai, karena takut dianggap pelit.					√

39	Saya senang berpakaian yang berbeda dengan orang lain					√
40	Saya tidak suka menonjolkan diri.	√				
41	Saya mampu mengelola kesenangan hati saya.		√			
42	Saya membeli produk yang mempunyai harga mahal agar terlihat berkelas.					√
43	Saya membeli barang mahal karena di iklahkan oleh banyak artis.					√
44	Memakai barang mahal dapat menunjang penampilan saya di depan orang lain.				√	
45	Saya belanja barang mewah walaupun saya tidak membutuhkannya.					√
46	Saya banyak membeli baju baru karena gengsi semata.					√
47	Saya tidak membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.	√				
48	Idola saya menawarkan produk, tetapi saya tetap tidak ingin membelinya.	√				
49	Saya hanya membeli barang yang bermanfaat dari pengiklanan.		√			
50	Saya membeli barang yang diiklankan oleh idola saya.				√	
51	Saya membelanjakan uang hanya untuk membeli produk yang sama dengan idola saya.					√
52	Saya membeli produk yang diiklankan oleh idola saya, walaupun tidak cocok untuk saya.					√
53	Saya mengutamakan membeli barang yang diiklankan oleh idola saya walaupun saya tidak membutuhkannya				√	
54	Saya membeli produk dengan jenis yang sama tetapi merek yang berbeda walaupun produk yang lama belum habis dipakai.					√
55	Saya suka membeli produk dengan merek yang berbeda-beda.					√
56	Saya suka membeli barang yang di pakai oleh temen saya, walaupun barang tersebut tidak jauh beda dengan yang saya punya.				√	
57	Saya membeli barang yang sama tetapi warna yang beda.				√	

**RENCANA PELAKSANAAN LAYANAN (RPL)  
KONSELING INDIVIDUAL PADA MAHASISWA  
TAHUN AJARAN 2020**

1	Nama Konseli	A1
2	Semester	IV
3	Hari, Tanggal	Minggu, 04 Oktober 2020
4	Pertemuan Ke-1	1
5	Tempat	Di Kost
6	Sumber	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Anonim. 2001. Hubungan Dengan Teman Sebaya (Peers). <a href="http://hqweb01.go.id">http://hqweb01.go.id</a>. Diperoleh tanggal 3 Juli 2007.</li><li>2. Dharmmesta, S.B. dan Handoko, H.T. 2000. Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen. Ed-1. Yogyakarta: BPFE.</li><li>3. Geulis. 2006. Gila Belanja yang (Bisa) Bikin Sengsara. <a href="http://www.Pikiran-rakyat.com">http://www.Pikiran-rakyat.com</a>. Diperoleh tanggal 19 Oktober 2006.</li></ol>
7	Topik Pembahasan	Pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif

Banda Aceh, 04 September 2020

Peneliti



Santika

**RENCANA PELAKSANAAN LAYANAN (RPL)**  
**KONSELING INDIVIDUAL PADA MAHASISWA**  
**TAHUN AJARAN 2020**

1	Nama Konseli	A2
2	Semester	IV
3	Hari, Tanggal	Senin, 05 Oktober 2020
4	Pertemuan Ke-1	2
5	Tempat	Di Lapangan
6	Sumber	1. Gardner, Howard. 1996. Memahami Gejolak Remaja. Terjemahan. Jakarta: Mitra Utama. 2. Hurlock, Elizabeth. 1996. Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan Edisi Kelima (Alih Bahasa Istiwidayanti & Soedjarwo). Jakarta: Penerbit Erlangga.
7	Topik Pembahasan	Perilaku pikiran negatif

Banda Aceh, 05 September 2020

Peneliti



Santika

**RENCANA PELAKSANAAN LAYANAN (RPL)**  
**KONSELING INDIVIDUAL PADA MAHASISWA**  
**TAHUN AJARAN 2020**

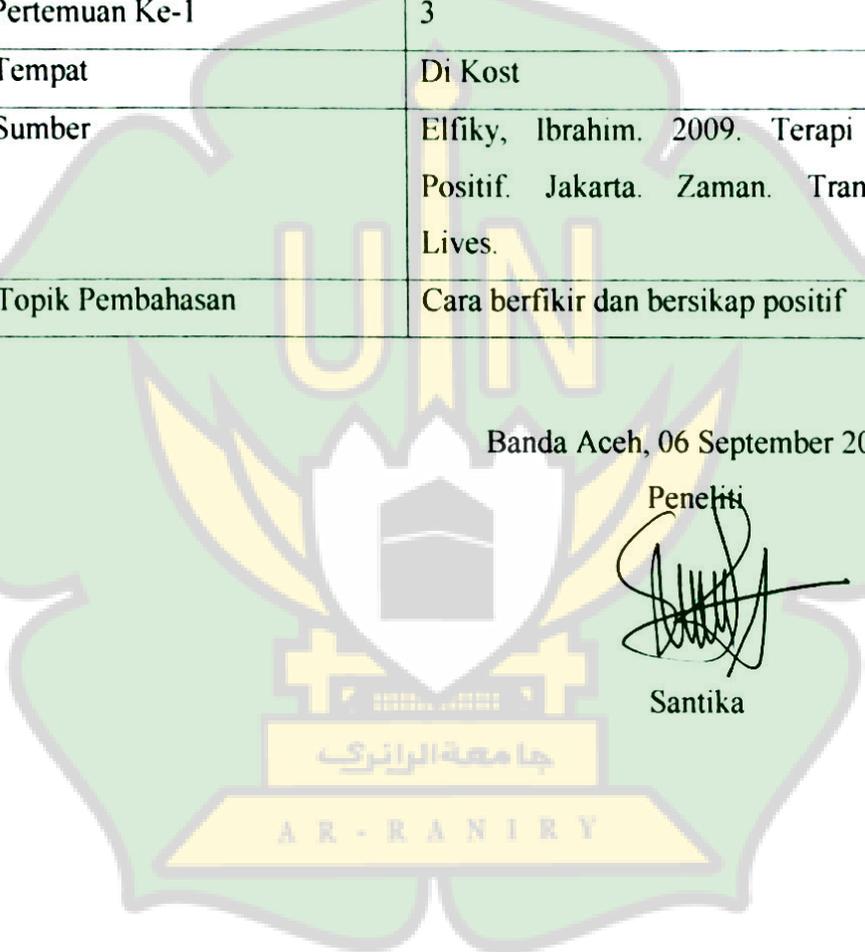
1	Nama Konseli	A3
2	Semester	IV
3	Hari, Tanggal	Selasa, 06 Oktober 2020
4	Pertemuan Ke-1	3
5	Tempat	Di Kost
6	Sumber	Elfiky, Ibrahim. 2009. Terapi Berfikir Positif. Jakarta. Zaman. Transforming Lives.
7	Topik Pembahasan	Cara berfikir dan bersikap positif

Banda Aceh, 06 September 2020

Peneliti



Santika



**RENCANA PELAKSANAAN LAYANAN (RPL)  
KONSELING INDIVIDUAL PADA MAHASISWA  
TAHUN AJARAN 2020**

1	Nama Konseli	A4
2	Semester	IV
3	Hari, Tanggal	Rabu, 07 Oktober 2020
4	Pertemuan Ke-1	4
5	Tempat	Di Kost
6	Sumber	<ol style="list-style-type: none"><li>1. <a href="http://www.iprasblog.com/masa-depan-adalah-dari-pilihan-hidup-anda/256">http://www.iprasblog.com/masa-depan-adalah-dari-pilihan-hidup-anda/256</a></li><li>2. Sunaryo, Kartadinata. 1992. Identifikasi Kebutuhan dan Masalah Perkembangan Murid Sekolah Dasar dan Implikasinya bagi Layanan Bimbingan. Bandung : Laporan Penelitian</li></ol>
7	Topik Pembahasan	Memahami diri sendiri

Banda Aceh, 07 September 2020

Peneliti



Santika

**RENCANA PELAKSANAAN LAYANAN (RPL)**  
**KONSELING INDIVIDUAL PADA MAHASISWA**  
**TAHUN AJARAN 2020**

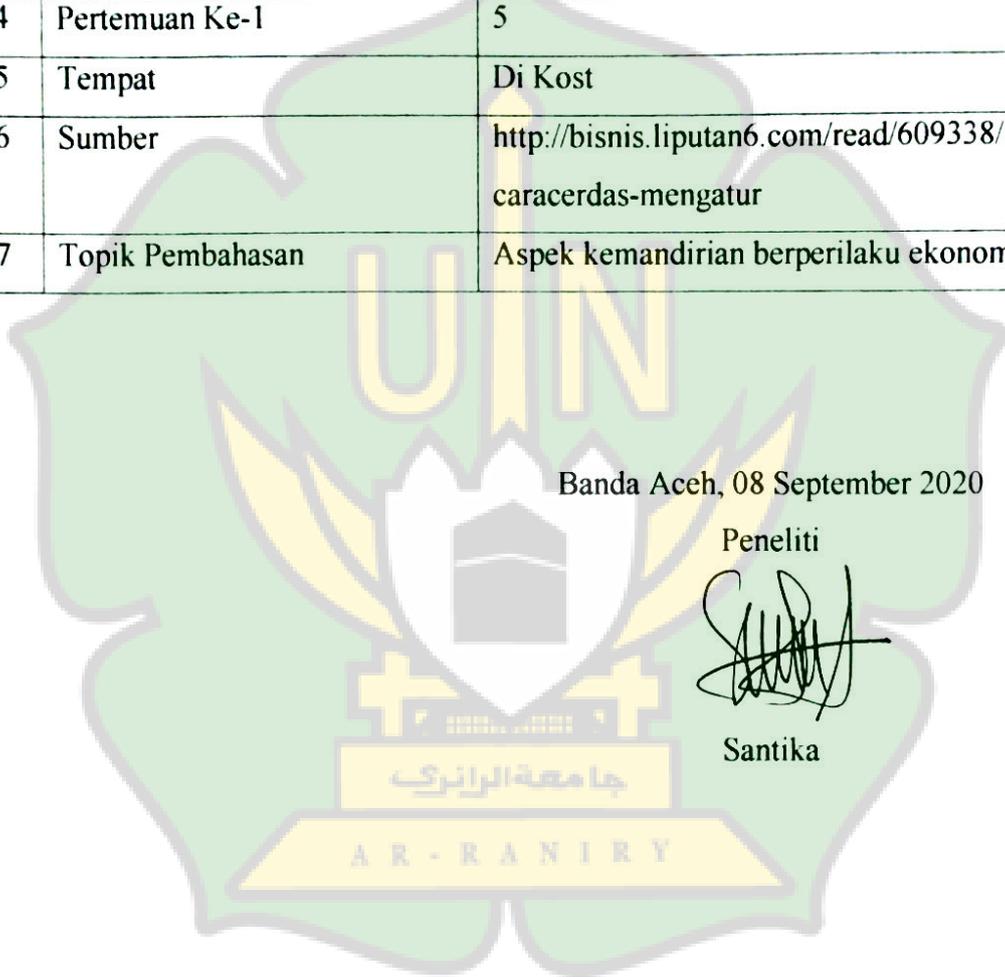
1	Nama Konseli	A5
2	Semester	IV
3	Hari, Tanggal	Kamis, 08 Oktober 2020
4	Pertemuan Ke-1	5
5	Tempat	Di Kost
6	Sumber	<a href="http://bisnis.liputan6.com/read/609338/10-caracerdas-mengatur">http://bisnis.liputan6.com/read/609338/10-caracerdas-mengatur</a>
7	Topik Pembahasan	Aspek kemandirian berperilaku ekonomis

Banda Aceh, 08 September 2020

Peneliti



Santika



**INSTRUMEN  
PENILAIAN HASIL**

Nama : A1  
 Universitas : Universitas Negeri Ar-Raniry  
 Jenis Kelamin : Perempuan

**A. PENGETAHUAN (*UNDERSTANDING*)**

1. Apakah yang dimaksud dengan perilaku konsumtif?
2. Apa saja dampak negatif dari perilaku konsumtif?
3. Bagaimana cara mengatasi dampak negatif dari perilaku konsumtif?

**B. SIKAP/PERASAAN POSITIF (*COMFORTABLE*)**

Berilah tanda cek (V) pada kolom S (setuju) jika pernyataan sesuai dengan kondisi Anda dan berilah tanda cek (V) pada kolom TS (tidak setuju) jika pernyataan tidak sesuai dengan kondisi Anda!

NO	PERNYATAAN	SETUJU	TIDAK SETUJU
1.	Saya merasa senang menerima materi layanan konseling individual tentang pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif	V	
2.	Setelah menerima materi layanan konseling individual tentang pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif saya menjadi tau tingkat dan sejauh mana perilaku konsumtif yang ada pada diri saya	V	
3.	Setelah menerima materi layanan konseling individual tentang pengaruh interaksi teman sebaya terhadap perilaku konsumtif saya berusaha untuk mengubah pola hidup dan cara berfikir untuk berlebihan dalam belanja	V	

**INSTRUMEN  
PENILAIAN HASIL**

Nama : A3  
Universitas : Universitas Syiah Kuala  
Jenis Kelamin : Perempuan

**A. PENGETAHUAN (*UNDERSTANDING*)**

1. Apakah yang dimaksud dengan aspek kemandirian dan berperilaku ekonomis?
2. Apa saja dampak dari aspek kemandirian dan berperilaku ekonomis?
3. Bagaimana cara mengubah pikiran agar menjadi aspek kemandirian dan berperilaku ekonomis?

**B. SIKAP/PERASAAN POSITIF (*COMFORTABLE*)**

Berilah tanda cek (V) pada kolom S (setuju) jika pernyataan sesuai dengan kondisi Anda dan berilah tanda cek (V) pada kolom TS (tidak setuju) jika pernyataan tidak sesuai dengan kondisi Anda!

NO	PERNYATAAN	SETUJU	TIDAK SETUJU
1.	Saya merasa senang menerima materi layanan konseling individual tentang aspek kemandirian dan berperilaku ekonomis	V	
2.	Setelah menerima materi layanan konseling individual tentang aspek kemandirian dan berperilaku ekonomis saya menjadi tau sejauh mana kemandirian dalam berperilaku ekonomis	V	
3.	Setelah menerima materi layanan konseling individual tentang aspek kemandirian dan berperilaku ekonomis saya akan mengubah sifat agar lebih mandiri dan mampu memmanagement uang	V	

**INSTRUMEN  
PENILAIAN HASIL**

Nama : A5  
Universitas : Universitas STKIP BBG  
Jenis Kelamin : Perempuan

**A. PENGETAHUAN (*UNDERSTANDING*)**

1. Bagaimana menanamkan kebiasaan hidup hemat di lingkungan sosial?
2. Apa saja dampak negatif jika tidak menanamkan kebiasaan hidup hemat di lingkungan social?
3. Bagaimana cara mengubah perilaku agar mampu menanamkan kebiasaan hidup hemat di lingkungan sosial?

**B. SIKAP/PERASAAN POSITIF (*COMFORTABLE*)**

Berilah tanda cek (V) pada kolom S (setuju) jika pernyataan sesuai dengan kondisi Anda dan berilah tanda cek (V) pada kolom TS (tidak setuju) jika pernyataan tidak sesuai dengan kondisi Anda!

NO	PERNYATAAN	SETUJU	TIDAK SETUJU
1.	Saya merasa senang menerima materi layanan konseling individual tentang menanamkan kebiasaan hidup hemat di lingkungan sosial	V	
2.	Setelah menerima materi layanan konseling individual tentang menanamkan kebiasaan hidup hemat di lingkungan sosial saya lebih mandiri dan mengikuti hal yang positif dari lingkungan sosial	V	
3.	Setelah menerima materi layanan konseling individual tentang menanamkan kebiasaan hidup hemat di lingkungan sosial saya akan mencoba untuk lebih hemat dan memikirkan kembali jika ingin membeli sesuatu yang kurang di butuhkan	V	

## FOTO PENELITIAN







**TABEL PENGUJIAN AKHIR PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA  
MENGUNAKAN LAYANAN KONSELING INDIVIDUAL MELALUI TEKNIK SELF-MANAGEMENT  
SKOR ANGGK ASPEK PERILAKU KONSUMTIF**

		Pembelian yang bersifat berlebihan (berfoya-foya)							Adanya hadiah yang di tawarkan								Mencari kepuasan yang harus segera di penuhi					
NO	NAMA	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21
1	A1	4	5	5	3	4	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5	2	2	1	5	5	5
2	A2	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	2	5	4	5	3	4	5	4	5	5
3	A3	5	4	4	3	5	5	4	4	5	5	5	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5
4	A4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	3	5	2	5	4	5	5
5	A5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	2	1	3	5	5	5
6	A6	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	2	5	3	4	5	5	1	4	4	4	4
7	A7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	2	5	2	5	5
8	A8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4
9	A9	5	2	2	4	5	5	5	5	5	5	2	1	1	1	5	5	2	5	5	5	5
10	A10	5	3	4	4	5	5	5	3	3	5	3	3	3	3	4	3	5	5	5	5	4
		47	41	42	39	44	48	43	43	42	43	41	34	36	40	43	38	27	42	44	48	47
		7	4	4	2	5	8	5	5	4	5	6	3	3	4	5	4	1	6	6	8	7
		3	4	5	5	4	2	3	3	4	3	1	1	2	4	3	2	3	2	3	2	3
		0	1	0	3	1	0	2	2	2	2	1	4	4	1	2	2	0	1	0	0	0
		0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	2	1	0	0	0	2	4	0	1	0	0
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	2	1	0	0	0
	RATA-RATA	4,7	4,1	4,2	3,9	4,4	4,8	4,3	4,3	4,2	4,3	4,1	3,4	3,6	4	4,3	3,8	2,7	4,2	4,4	4,8	4,7
	RATA-RATA %	94	82	84	78	88	96	86	86	84	86	82	68	72	80	86	76	54	84	88	96	94
		47	41	42	39	44	48	43	43	42	43	41	34	36	40	43	38	27	42	44	48	47
		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
		94	82	84	78	88	96	86	86	84	86	82	68	72	80	86	76	54	84	88	96	94
		304							322								373					
		86,85714							80,5								82,88889					
		350							400								450					
		86,85714							80,5								82,88889					
		8,685714							8,05								8,288889					
		4,7	4,1	4,2	3,9	4,4	4,8	4,3	4,3	4,2	4,3	4,1	3,4	3,6	4	4,3	3,8	2,7	4,2	4,4	4,8	4,7

**TABEL PENGUJIAN AKHIR PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA  
MENGUNAKAN LAYANAN KONSELING INDIVIDUAL MELALUI TEKNIK SELF-MANAGEMENT  
SKOR ANGKET ASPEK PERILAKU KONSUMTIF**

(kepuasan semu)		Keinginan membeli barang mahal untuk menarik perhatian orang lain																NO	NAMA
P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30	P31	P32	P33	P34	P35	P36	P37	P38			
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	A1	
3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	2	A2	
3	3	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	A3	
4	3	4	4	5	5	4	5	5	5	3	3	4	5	3	2	5	5	A4	
5	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	3	5	5	4	1	3	5	A5	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	A6	
4	3	5	5	5	3	4	4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	7	A7	
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	8	A8	
5	5	5	3	5	3	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	9	A9	
4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5	3	A10	
41	41	45	43	46	41	45	45	43	44	46	44	45	44	41	44	43			
4	5	6	5	6	4	5	5	5	6	7	6	6	6	4	7	5			
3	1	3	3	4	3	5	5	3	2	2	2	3	2	4	2	3			
3	4	1	2	0	3	0	0	2	1	2	1	2	1	2	1	0	2		
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0			
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0			
4,1	4,1	4,5	4,3	4,6	4,1	4,5	4,5	4,3	4,4	4,6	4,4	4,5	4,4	4,1	4,4	4,3		RATA-RATA	
82	82	90	86	92	82	90	90	86	88	92	88	90	88	82	88	86		RATA-RATA %	
41	41	45	43	46	41	45	45	43	44	46	44	45	44	41	44	43			
50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50			
82	82	90	86	92	82	90	90	86	88	92	88	90	88	82	88	86			
									614										
									87,71429										
									700										
									87,71429										
									8,771429										
4,1	4,1	4,5	4,3	4,6	4,1	4,5	4,5	4,3	4,4	4,6	4,4	4,5	4,4	4,1	4,4	4,3			



TABEL PENGUJIAN AKHIR PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA  
MENGUNAKAN LAYANAN KONSELING INDIVIDUAL MELALUI TEKNIK SELF-MANAGEMENT  
SKOR ANKET ASPEK GAYA HIDUP HEDONIS

TAE  
MENGUNAKA

Suka mencari perhatian		Membeli produk mahal agar percaya diri						Memakai dan mencoba produk yang diiklankan oleh idolanya						memakai produk jenis sama dengan merek yang berbeda				
P39	P40	P41	P42	P43	P44	P45	P46	P47	P48	P49	P50	P51	P52	P53	P54	P55	P56	P57
3	3	3	3	5	4	5	4	1	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5
5	4	3	3	5	5	2	3	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4
5	4	3	4	5	5	3	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5
4	4	3	4	4	5	5	3	4	5	4	5	3	3	5	2	5	4	5
5	3	4	5	4	5	2	5	4	2	4	3	4	5	5	5	5	5	4
5	5	4	4	1	5	2	3	2	5	3	4	3	5	5	5	5	3	3
5	5	5	3	3	5	3	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5
4	4	4	4	3	5	5	3	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5
4	1	4	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
44	37	37	36	35	48	35	40	38	45	45	41	42	42	48	47	47	44	46
5	2	1	1	3	8	4	4	4	7	6	3	4	5	9	9	7	5	7
4	5	5	5	3	2	0	2	3	2	3	5	4	2	0	0	3	4	2
1	2	4	3	2	0	3	4	1	0	1	2	2	3	1	0	0	1	1
0	0	0	1	0	0	3	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
0	1	0	0	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4,4	3,7	3,7	3,6	3,5	4,8	3,5	4	3,8	4,5	4,5	4,1	4,2	4,2	4,8	4,7	4,7	4,4	4,6
88	74	74	72	70	96	70	80	76	90	90	82	84	84	96	94	94	88	92
44	37	37	36	35	48	35	40	38	45	45	41	42	42	48	47	47	44	46
50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
88	74	74	72	70	96	70	80	76	90	90	82	84	84	96	94	94	88	92
81				231							301					184		
81				77							86					92		
100				300							350					200		
81				77							86					92		
8,1				7,7							8,6					9,2		
4,4	3,7	3,7	3,6	3,5	4,8	3,5	4	3,8	4,5	4,5	4,1	4,2	4,2	4,8	4,7	4,7	4,4	4,6

UJIAN AKHIR PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA  
 DAN LAYANAN KONSELING INDIVIDUAL MELALUI TEKNIK SELF-MANAGEMENT  
 SKOR ANKET ASPEK GAYA HIDUP HEDONIS

KATEGORI					RATA-RATA	Σ skor tiap butir	Σ skor Max tiap butir	Σ skor person tase	
SL	SR	KK	JR	TP					
31	15	7	2	3	24,3	486	243	285	85,26316
22	24	9	3	0	23,9	478	239	285	83,85965
26	22	10	0	0	24,8	496	248	285	87,01754
26	19	10	3	0	24,2	484	242	285	84,91228
28	16	9	3	2	23,9	478	239	285	83,85965
31	13	8	3	2	23,9	478	245	285	85,96491
39	8	8	2	0	25,5	510	262	285	91,92982
27	22	8	0	0	24,7	494	255	285	89,47368
38	6	3	5	5	23,8	476	247	285	86,66667
21	22	14	0	0	23,5	470	245	285	85,96491
RATA-RATA					24,25	485,00			
					4,23				
					84,56				

No	MENCARI KRITERIA PENILAIAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA
1	Skor Tertinggi = $\frac{\text{Skor Maksimum} \times 100\%}{\text{Skor Maksimum}}$ = 100
2	Skor Terendah = $\frac{\text{Skor Minimum} \times 100}{\text{Skor Maksimum}}$ = 20
3	Rentang Kelas = 80
4	Panjang Kelas = 16

No	Rentang Skor	Kategori
1	20 - 25	Jelek
2	25,01 - 30,01	Kurang
3	30,02 - 35,02	Cukup Baik
4	35,03 - 40,03	Baik
5	40,04 - 100	Sangat Baik

No	Indikator	Skor (%)	Kategori
1	pembelian yang bersifat berlebihan (berfoya-foya)	86,86	0,00
2	adanya hadiah yang di tawarkan	80,50	0,00
3	mencari kepuasan yang harus segera dipenuhi	82,89	0,00
4	keinginan membeli barang mahal menarik perhatian orang lain	87,71	0,00
5	suka mencari	81,00	0,00