

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA UIN AR-RANIRY**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

**Nita Oktavianika
NIM. 170901107**



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

**HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA UIN AR-RANIRY**

SKRIPSI

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

Oleh:

Nita Oktavianika
NIM. 170901107

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Dr. Safrilsyah, S.Ag., M.Si
NIP. 197004201997031001


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

HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA UIN AR-RANIRY

SKRIPSI

Telah Dinilai Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh
Dan Dinyatakan Lulus Serta Disahkan Sebagai
Tugas Akhir Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana S-1 Psikologi (S.Psi)

Diajukan Oleh

Nita Oktavianika
NIM. 170901107

Pada Hari, Tanggal :
Rabu, 22 Desember 2021 M
2 Jumadil Awal 1443 H

Panitia Ujian Munaqasyah Skripsi

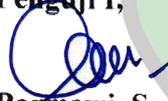
Ketua,


Dr. Safrilsyah, S. Ag., M.Si
NIP. 197004201997031001

Sekretaris,


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

Penguji I,


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

Penguji II,


Harri Santoso, S.Psi., M.Ed
NIDN. 1327058101

AR - RANIRY
Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh




Dr. Salami, MA
NIP. 19651205199203200

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya :

Nama : Nita Oktavianika

NIM : 170901107

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Prodi : Psikologi UIN Ar-Raniry

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

Banda Aceh, 15 Desember 2021

Yang Menyatakan.



Nita Oktavianika
NIM. 170901107

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya setiap saat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry**”. Shalawat beserta salam kita panjatkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah memperjuangkan Islam dan membawa umatnya kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan moral dan moril dari berbagai pihak, keluarga dan teman-teman terdekat. Selanjutnya penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada:

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

5. Bapak Dr. Safrilsyah, S.Ag., M.Si selaku Ketua Prodi Program Studi Psikologi UIN Ar-Raniry, yang juga merupakan pembimbing I sekaligus penasehat akademik peneliti yang telah meluangkan waktu untuk memberi masukan dan saran dalam skripsi ini
6. Bapak Barmawi, S. Ag, M.,Si selaku Sekretaris Prodi Program Studi Psikologi UIN Ar-Raniry, yang memudahkan urusan mahasiswa menyelesaikan berbagai kendala akademik. Sekaligus penguji I peneliti dalam sidang munaqasyah skripsi yang juga telah memberi banyak masukan dalam skripsi.
7. Ibu Vera Nova, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku pembimbing II dalam proses penyelesaian skripsi ini, yang telah memberikan motivasi dan meluangkan waktu untuk melakukan bimbingan kepada penulis tanpa rasa lelah mengingatkan untuk tetap semangat.
8. Bapak Harri Santoso, S.Psi.,M.Ed penguji II peneliti dalam sidang munaqasyah skripsi yang juga telah memberi banyak masukan dalam skripsi.
9. Seluruh dosen beserta staf Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah membantu, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat dengan ikhlas dan tulus.
10. Yang teristimewa, untuk kedua orangtua saya tercinta, yaitu ayah saya Isni Sarayadi dan ibu tersayang Sasmawati yang telah membesarkan dan mendidik saya dengan penuh kesabaran dan kasih sayang. Juga yang tak pernah berhenti mendoakan, memberi semangat serta dukungan sehingga

dengan izin Allah, saya mampu menyelesaikan pendidikan hingga sampai jenjang Sarjana. Begitu juga dengan keluarga besar yang ikut mendo'akan kemudahan dan kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

11. Terima kasih kepada kakak saya Nisa Juliantika, S.Pd dan adik saya Niko Juniwiniara yang selalu memberi semangat dan *support* kepada saya.
12. Terima kasih kepada Fathur Nugroho yang telah meluangkan waktu, membantu dalam penyelesaian skripsi ini dan memberi semangat.
13. Sahabat setia, Melani Fitria, Delima Yanti, Syarifah Ufayana, Tika Apriana, yang telah memberikan *mental* dan *emotional support* serta melewati masa sulit dan senang bersama, Sama-sama berjuang menuju S.Psi.
14. Terimakasih kepada Zahra Melati, S.Psi, M. Rizki Akbar Pratama, S.Psi yang telah berbagi dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
15. Teman-teman seperjuangan khususnya dari leting 2017 yang banyak memberikan bantuan, *support* dan melewati masa sulit dan senang bersama yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu.
16. Terima kasih kepada seluruh teman-teman di lingkungan UIN Ar-Raniry yang sudah berjasa menyebarkan kuesioner penelitian ini.
17. Responden penelitian yang baik hati dari Angkatan 2017,2018,2019 dan 2020 yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.
18. Kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penelitian ini, semoga Allah memudahkan segala urusan dan membalas jasa-jasanya.

Akhirnya peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena sesungguhnya kesempurnaan hanyalah milik Allah SWT. Sehingga saran dan kritikan dari pembaca sangat diharapkan. Harapan peneliti, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada banyak pihak, terutama bagi mahasiswa yang baru menginjakkan kaki di dunia perguruan tinggi.

Banda Aceh, 15 Desember 2021
Yang Menyatakan,

Nita Oktavianika
NIM. 170901107



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
1. Manfaat Teoritis	8
2. Manfaat Praktis.....	8
E. Keaslian Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
A. Perilaku Konsumtif	13
1. Pengertian perilaku konsumtif	13
2. Indikator/Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	14
B. Kepercayaan Diri	20
1. Pengertian kepercayaan diri	20
C. Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif	24
D. Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	27
B. Identifikasi Variabel-Variabel Penelitian.....	27
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	28
D. Subjek Penelitian	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	51
B. Hasil Penelitian	54
C. Pembahasan.....	60

BAB V PENUTUP	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	66



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Jumlah Populasi.....	29
Tabel 3.2. Skor Aitem Kepercayaan Diri dan Perilaku Konsumtif.....	31
Tabel 3.3. Blue Print Skala Kepercayaan Diri	34
Tabel 3.4. Blue Print Skala Perilaku Konsumtif	36
Tabel 3.5. Koefisien CVR Kepercayaan Diri.....	40
Tabel 3.6. Koefisien CVR Perilaku Konsumtif.....	41
Tabel 3.7. Koefisien Daya Beda Item Skala Kepercayaan Diri	42
Tabel 3.8. Blue Print Skala Kepercayaan Diri	43
Tabel 3.9. Koefisien Daya Beda Item Skala Perilaku Konsumtif	45
Tabel 3.10. Blue Print Skala PerilakuKonsumtif	45
Tabel 4.1. Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Jenis Kelamin	53
Tabel 4.2. Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Angkatan	53
Tabel 4.3. Data Demografi Sampel Belanja Online	54
Tabel 4.4. Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Fakultas	55
Tabel 4.5. Deskripsi Data Penelitian Kepercayaan Diri.....	57
Tabel 4.6. Kategorisasi Kepercayaan Diri Mahasiswa.....	58
Tabel 4.7. Deskripsi Data Penelitian Perilaku Konsumtif.....	58
Tabel 4.8. Kategorisasi Perilaku Konsumtif Mahasiswa	59
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas Sebaran.....	60
Tabel 4.10. Hasil Uji Linieritas Hubungan	61
Tabel 4.11. Uji Hipotesis Data Penelitian	61
Tabel 4.12. Analisis <i>Measure of Association</i>	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	25
-------------------------------------	----



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry tentang Pembimbing Skripsi
- Lampiran 2 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 3 Tabulasi Penelitian Kepercayaan Diri
- Lampiran 4 Tabulasi Penelitian Perilaku Konsumtif
- Lampiran 5 Skala Penelitian Kepercayaan Diri dan Perilaku Konsumtif
- Lampiran 6 Hasil Penelitian
- Lampiran 7 Riwayat Hidup



Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode korelasional, dan pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Ar-Raniry dengan jumlah responden 342 mahasiswa. Dalam penelitian ini, instrumen penelitian menggunakan skala kepercayaan diri dengan hasil reliabilitas $\alpha = 0,836$ dan skala perilaku konsumtif dengan hasil reliabilitas $\alpha = 0,948$. Nilai koefisien korelasi *pearson* $r = 0,572$, $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Ar-Raniry (hipotesis diterima). Artinya semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Ar-Raniry.

Kata Kunci : *Kepercayaan Diri, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa, UIN Ar-Raniry.*

جامعة الرانيري

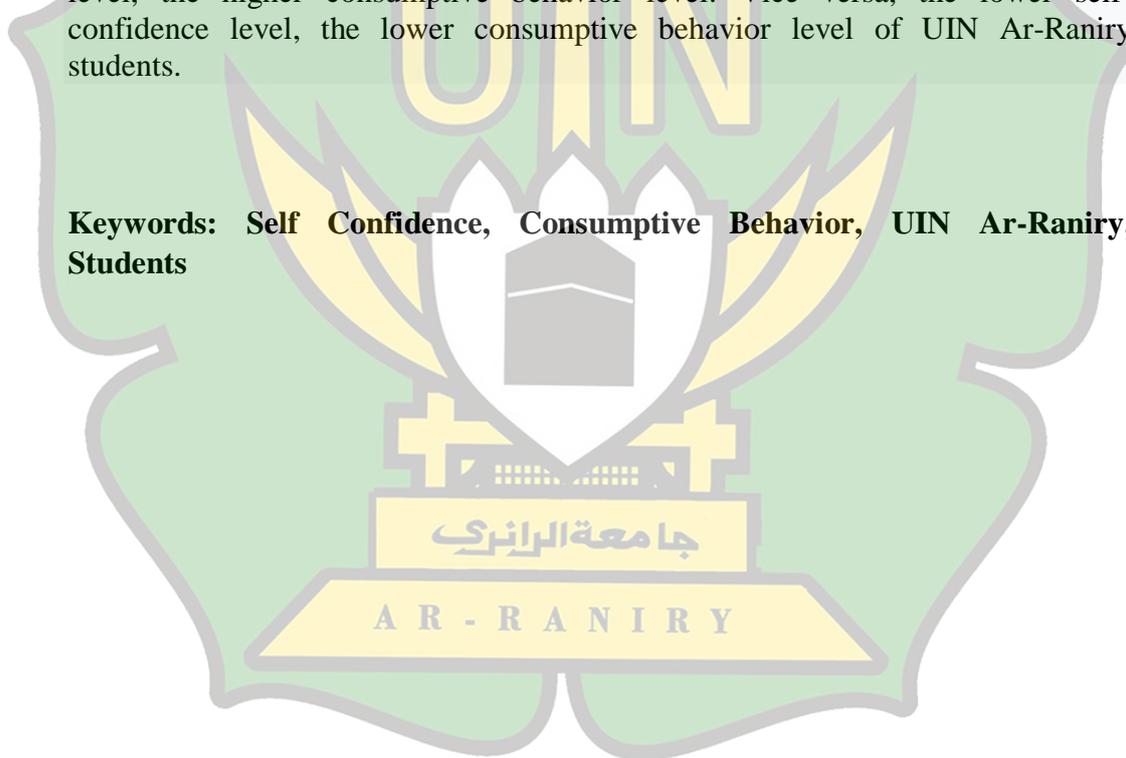
AR - RANIRY

The Relationship of Self Confidence with Consumptive Behavior of UIN Ar-Raniry Students

ABSTRACT

This study aims to see the relationship between self-confidence and consumptive behavior in UIN Ar-Raniry Banda Aceh students. This study used a quantitative approach correlational methods, and simple random sampling techniques. The subjects in this study were students of UIN Ar-Raniry with a total of 342 students as respondents. In this study, the research instrument used a self-confidence scale with a reliability result of = 0.836 and a consumptive behavior scale with a reliability result of = 0.948. Pearson correlation coefficient values $r = 0.572$, $p = 0.000$ ($p < 0.05$). The results showed that there was a very significant positive relationship between self-confidence and consumptive behavior in UIN Ar-Raniry students (the hypothesis was received). This means that the higher self-confidence level, the higher consumptive behavior level. Vice versa, the lower self-confidence level, the lower consumptive behavior level of UIN Ar-Raniry students.

Keywords: Self Confidence, Consumptive Behavior, UIN Ar-Raniry, Students



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dasar kehidupan manusia adalah sebagai makhluk yang unik dan berbeda satu dengan yang lainnya. Secara individu manusia ingin memenuhi kebutuhannya masing-masing serta ingin merealisasikan diri dan juga mampu mengembangkan potensinya (Febriana, 2016). Manusia tidak dapat membedakan mana yang disebut kebutuhan dan mana yang disebut dengan keinginan, mereka seolah-olah memandang sebuah produk dan nilai yang dihasilkan dari produk tersebut. Saat berbelanja, yang menjadi tujuan utama mereka adalah bukan untuk memenuhi kebutuhan tetapi lebih sebagai sarana mengkonsumsi tanda agar mendapatkan pengakuan sosial dari orang sekitar (Regiana, 2018).

Dewasa ini dengan adanya keinginan untuk membeli suatu produk yang berlebihan merupakan awal munculnya perilaku konsumtif. Individu akan terus menerus membeli barang hanya berdasarkan apa yang mereka inginkan bukan berdasarkan apa yang dibutuhkan (Anggraini, 2017). Perilaku konsumtif terjadi saat masyarakat mempunyai hasrat yang tinggi untuk membeli sesuatu yang didorong keinginan tanpa memperhatikan kebutuhan (Velia, 2021). Menurut Kotler (dalam Chrisnawati, 2011) perilaku konsumtif dapat muncul karena individu kurang dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan, dan permintaan. Kebutuhan adalah sesuatu hal yang harus segera dipenuhi oleh individu, kebutuhan tersebut pada umumnya kebutuhan sandang, pangan, papan suatu tindakan untuk mengkonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki

sesuatu benda yang berupa barang, namun bukan berdasar kebutuhan melainkan keinginan untuk menggunakan atau membeli sesuatu dengan hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa dapat membedakan antara kebutuhan keinginan ataupun permintaan disebut perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di daerah perkotaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja kota-kota besar yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya. Perkembangan zaman yang semakin cepat ini, mempercepat pula perkembangan informasi di era global ini. Segala sesuatu dapat dengan mudah diakses dalam hitungan detik, tidak terkecuali dengan dunia *fashion* dikemas melalui media *online* yang begitu menarik, begitu juga dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin berkembang (Lestari, 2017). Pada umumnya fenomena yang terjadi di masyarakat perkotaan adalah budaya konsumtif yang tinggi, hal ini disebabkan oleh tingginya tingkat kebutuhan sehari – hari yang dibutuhkan oleh manusia baik itu dari kalangan atas maupun dari kalangan bawah yang akan lebih selektif pada produk yang di konsumsi. Produk – produk baru ditawarkan dan di informasikan dengan cepat yang nantinya akan mempengaruhi penawaran dan permintaan pasar. Selain itu, Perkembangan teknologi yang pesat akan menciptakan sebuah ide pokok baru yang dapat mempengaruhi budaya, gaya hidup, dan pola konsumsi individu tersebut (Bagas, 2018).

Mengenai perilaku konsumtif melalui online *shopping fashion* mahasiswa melakukan perilaku belanja secara berlebihan, belanja karena kesenangan, pembelian impulsif, perilaku belanja yang dilakukan ini sudah menjadi gaya hidup, Untuk membeli barang yang diinginkan rela makan seadanya demi membeli baju *branded* dengan model yang berbeda dari orang lain serta merasa bangga memiliki banyak baju dan setiap berpergian selalu memakai baju berbeda-beda. Apalagi berbelanja sekarang sudah canggih misal berbelanja secara online melalui shopee, tokopedia dan yang lainnya. Berbelanja secara online dapat memudahkan mahasiswa sehingga memberikan kemudahan diantaranya, barang bisa di antar langsung ke rumah, penghematan biaya, pembayaran dilakukan secara transfer sehingga mahasiswa semakin tertarik belanja apa yang mereka inginkan tetapi belum tentu mereka butuhkan (Minanda, 2018)

Perilaku konsumtif ini memiliki beberapa dampak negatif antara lain kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial muncul karena orang yang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan seperti itu. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyetor untuk ditabung (Irmasari, 2011).

Selain itu, Fromm (1955) juga menyebutkan beberapa ciri-ciri orang berperilaku konsumtif. Pertama, pembelian impulsif yaitu membeli semata-mata

karena didasari oleh hasrat tiba-tiba atau keinginan sesaat, membeli barang tanpa mempertimbangkan dan biasanya bersifat emosional. Pembelian dengan jenis ini dapat dilihat saat mahasiswa membeli barang yang sebenarnya belum ada rencana ingin membeli tetapi karena adanya diskon mahasiswa membelinya. Kedua, pemborosan yaitu individu menghambur-hamburkan banyak dana tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas. Seperti saat mahasiswa membelanjakan uangnya untuk membeli barang-barang yang hanya dijadikan sekedar koleksi semata. Ketiga, mencari kesenangan, perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.

Fenomena tersebut juga terjadi di kalangan mahasiswa yang dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar, mengalami pematangan dalam berfikir, berpenampilan menarik, rapi dan sopan santun. Pandangan inilah yang akhirnya membuat mahasiswa untuk mengkondisikan diri selalu tampil menarik, elegan dan rapi (Purnomo, 2011). Hal ini sering diartikan oleh mahasiswa bahwa untuk tampil menarik harus memakai pakaian yang baru dan bermerek, membeli produk untuk menjaga gengsi, membeli barang-barang mahal agar terlihat tampil menarik, membeli produk agar dipandang hebat dan membeli barang mahal agar terlihat lebih hebat. Hal inilah yang akhirnya membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif untuk memenuhi tuntutan penampilannya (Rutjee, 2009).

Perilaku konsumtif terbentuk dikarenakan konsumtif itu sendiri sudah menjadi bagian dari proses gaya hidup. Zaman sekarang banyak kita temukan di kalangan mahasiswa apalagi yang mereka merantau dari kampung ke kota, dalam merantau mereka menyesuaikan diri dengan pergaulan dan tren-tren yang berbeda

sehingga mereka berusaha untuk memenuhi kebutuhan yang banyak agar diterima dengan lingkungan pergaulannya sehingga melakukan pembelian yang tidak dibutuhkan, misalnya mengikuti tren HP yang baru keluar seperti Iphone 13, Skincare seperti Ms Glow, baju branded, sepatu, perhiasan dan lainnya. Dikatakan konsumtif karena membeli barang sesuai kemauannya bukan kebutuhan, suka menyimpan barang yang hanya dipakai sebentar, karena melihat teman. di antara pertemanan sering kali terdapat perilaku konsumtif karena mereka berada di dalam kelompok pertemanan yang suka berbelanja melebihi kebutuhan tetapi sudah mengikuti keinginan. Berikut ada beberapa cuplikan komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh peneliti terhadap beberapa mahasiswa.

Cuplikan wawancara 1:

“Jadi bagi saya untuk mendapatkan sesuatu itu keperluan/kebutuhan dan ada rasa kesenangan pribadi memiliki suatu barang tersebut karena orang lain memilikinya karena saya juga ingin mendapatkan barang seperti orang itu, terkadang saya melihat teman memakai hp Iphone saya suka menginginkannya karena merasa kurang percaya diri jika ngumpul bareng teman, alih-alih mengikuti tren pada saat ini, terkadang saya menabung untuk dapat membeli barang yang saya inginkan ”. (MM, Fak FEBI, Wawancara Personal, 09 maret 2021).

Cuplikan Wawancara 2:

“Saya sendiri memiliki keinginan dengan apa yang saya lihat dalam fashion, misalnya saya melihat aksesoris hp, baju di media sosial atau olshop jika saya tertarik maka saya mempunyai keinginan harus membeli walaupun barang itu tidak terlalu saya butuhkan. Saya orangnya senang mengoleksi seperti baju, casing hp buat di ganti-ganti. Karena di dalam fashion saya orangnya suka tidak percaya diri karena tiap ngumpul bareng teman-teman saya memakai baju itu-itu saja, jadinya saya mempunyai keinginan untuk membeli baju yang saya inginkan mengikuti tren-tren apa yang terbaru”. (RF, Fak Tarbiyah, Wawancara Personal, 09 maret 2021).

Cuplikan Wawancara 3:

“Terkadang di circle pertemanan saya itu teman-teman berasal dari keluarga yang ekonomi menengah ke atas tidak seperti saya yang ekonominya menengah ke bawah, berada dalam circle seperti itu terkadang menyulitkan terutama

misalnya mereka memakai baju yang bagus-bagus jadi terkadang saya harus menjual barang berharga untuk membeli barang branded seperti baju, sepatu, HP, karena jika saya tidak mengikuti mereka saya akan merasa minder". (AR, Fak Psikologi, Wawancara Personal, 11 Maret 2021).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada beberapa mahasiswa UIN Ar-Raniry menunjukkan bahwa, mereka membeli barang walaupun barang itu tidak terlalu dibutuhkan, mengoleksi baju mereka melakukan pembelian karena adanya rasa kesenangan pribadi untuk memiliki suatu barang yang diinginkan sesuai dengan tuntutan tren dan *fashion* walaupun barang tersebut tidak terlalu dibutuhkan. Contohnya seperti mengikuti teman, melihat teman memakai barang-barang yang terbaru seperti model HP iphone sering di antara mahasiswa ketika melihat temannya memakai HP yang bagus dia juga ingin memilikinya. Selain itu terlihat dari beberapa mahasiswa tersebut ingin membeli atau memiliki barang yang dimiliki oleh orang lain tanpa memikirkan barang tersebut murah atau mahal. Karena mahasiswa merasa minder dengan teman-temannya yang dapat memiliki barang yang diinginkan, sehingga mereka merasa tidak percaya diri apabila tidak memiliki barang tersebut bahkan jika tidak mengikuti tren dan *fashion*.

Hal tersebut sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Murbani (2010) yang mengatakan bahwasannya apabila individu memiliki tingkat kepercayaan diri yang rendah, maka mereka tidak mampu dengan dirinya sendiri kurang yakin akan dirinya dan kurang bisa menerima diri apa adanya, termasuk mereka akan dengan mudah terbujuk rayuan iklan dan kemudian muncullah perilaku konsumtif. Sebelumnya, juga telah dilakukan sebuah penelitian oleh Panduranti

(dalam Murbani, 2010) mengenai perilaku konsumtif yang terkait dengan kepercayaan diri, penelitian tersebut mengatakan bahwa percaya diri mempunyai hubungan negatif dengan perilaku konsumtif dan juga sebetulnya jumlah uang yang dihabiskan saat belanja sebanding dengan rasa percaya dirinya. Artinya, saat seseorang tidak percaya diri, makin banyak uang yang akan dibelanjakan.

Selain itu, bagi mahasiswa penampilan dianggap penting dalam membentuk kepercayaan diri. Untuk mendukung kepercayaan diri yang dimiliki mahasiswa dalam hal penampilan dirinya, maka mahasiswa akan berusaha untuk menjaga penampilannya dengan selalu mengikuti dan berusaha memiliki barang-barang mulai dari *trend fashion* hingga barang-barang *trend* lainnya serta akan berusaha untuk mendapatkannya, sehingga akan membentuk pola konsumsi yang berlebihan (Rombe, 2014).

Kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan dan sikap seseorang terhadap kemampuan pada dirinya sendiri dengan menerima secara apa adanya baik positif maupun negatif yang dibentuk dan dipelajari melalui proses belajar dengan tujuan untuk kebahagiaan dirinya. Kepercayaan diri adalah modal dasar seorang manusia dalam memenuhi berbagai kebutuhan sendiri. Seseorang mempunyai kebutuhan untuk kebebasan berpikir dan berperasaan akan tumbuh menjadi manusia dengan rasa percaya diri. Salah satu langkah pertama dan utama dalam membangun rasa percaya diri dengan memahami dan meyakini bahwa setiap manusia menyukai kelebihan dan kelemahan masing-masing (Ramadhani, 2014). Kelebihan yang ada di dalam diri seseorang harus dikembangkan dan dimanfaatkan agar menjadi produktif dan berguna bagi orang lain (Flora, 2014).

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti tertarik untuk melihat hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif yang terjadi di kalangan mahasiswa khususnya mahasiswa UIN Ar-Raniry.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu, Apakah ada Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada berbagai bidang, terutama bidang psikologi industri dan organisasi, khususnya bidang perilaku konsumen. Selain itu juga dapat menjadi panduan bagi peneliti lainnya yang akan meneliti tentang kepercayaan diri dan perilaku konsumtif, serta menjadi bahan bacaan bagi mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada pembaca khususnya:

a. Bagi mahasiswa.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, masukan, dan pemikiran serta membantu mahasiswa lebih memahami tentang perilaku konsumtif serta faktor yang mempengaruhinya, penelitian ini diharapkan menjadi landasan bagi para mahasiswa psikologi.

b. Bagi penelitian lain.

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam penelitian yang relevan dan berkaitan dengan kepercayaan diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian mengenai hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Ar-Raniry merupakan penelitian yang baru. Maka pada penelitian ini peneliti ingin membandingkan perbedaan Penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, beberapa penelitian sebelumnya yang memiliki karakteristik yang hampir sama dalam hal lokasi, kajian dan judul meskipun terdapat beberapa perbedaan dalam segi subjek, jumlah, posisi variabel penelitian dan berbagai metode analisa yang akan dilakukan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani (2014) yang berjudul hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir. Subjek penelitian adalah mahasiswa dan mahasiswi aktif Fakultas Psikologi Universitas Sarjanawiyata Taman Siswa Yogyakarta yang berusia berkisar 18 sampai 22 tahun yang berjumlah 90 orang, peneliti menggunakan teknik

purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah metode korelasi *product moment*. Perbedaan dengan penelitian tersebut terletak pada variabel terikat yaitu variabel perilaku konsumtif, sedangkan pada penelitian di atas menggunakan variabel citra diri, metode penelitian yang berbeda, pada penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Sedangkan pada penelitian di atas menggunakan metode *purposive sampling*. Serta subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Ar-Raniry Banda Aceh sedangkan penelitian di atas menggunakan mahasiswa mahasiswi aktif Fakultas Psikologi Universitas Sarjanawiyata Taman Siswa Yogyakarta.

Penelitian yang dilakukan oleh Imam (2018) yang berjudul hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif produk *Fashion* bermerek pada siswa SMAN 3 Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah 403 siswa kelas X SMAN 3 Semarang dengan sampel 188 orang, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *cluster sampling*. Perbedaan dengan penelitian di atas terletak pada variabel bebas yang digunakan yaitu kepercayaan diri sedangkan penelitian sebelumnya harga diri, metode penelitian yang berbeda, pada penelitian ini menggunakan metode *simple random sampling*. Sedangkan pada penelitian di atas menggunakan metode *cluster sampling*. Perbedaan juga terletak subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Ar-Raniry sedangkan penelitian di atas menggunakan siswa SMAN 3 Semarang.

Penelitian yang dilakukan oleh Adinah (2016) yang berjudul hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri, Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara perilaku konsumtif

pada produk X dengan citra diri remaja putri penelitian ini menggunakan metode penelitian pendekatan kuantitatif korelasional dengan menyebarkan skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 28 butir dan skala citra diri yang terdiri dari 34 butir kepada 125 konsumen (member) pada produk X. Perbedaan dengan penelitian ini terletak variabel bebas penelitian ini menggunakan variabel perilaku konsumtif sedangkan di atas menggunakan variabel citra diri dan pada penelitian ini menggunakan subjek mahasiswa UIN Ar-Raniry, sedangkan pada penelitian di atas menggunakan subjek remaja putri.

Penelitian yang dilakukan oleh Agus (2018) yang berjudul hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif menggunakan produk pemutih wajah. Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional, populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswi Tata Rias Universitas Negeri Padang. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan adalah sampel *random sampling* dengan jumlah sampel 70 orang dan teknik analisis data yang digunakan yaitu korelasi *product moment*. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian di atas yaitu pada populasi penelitian ini merupakan mahasiswa UIN Ar-Raniry, sedangkan penelitian di atas populasinya merupakan mahasiswi Tata Rias Universitas Negeri Padang. Pada penelitian di atas juga fokus pada satu perilaku konsumtif yang lebih khusus yaitu pada produk pemutih wajah, sedangkan pada penelitian ini tidak hanya fokus pada pemutih wajah. Teknik pengumpulan sampel yang digunakan juga berbeda, pada penelitian di atas menggunakan sampel *random sampling*, sedangkan pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling*.

Penelitian yang dilakukan oleh Shaffatallah (2012) yang berjudul hubungan kepercayaan diri mahasiswa baru dengan perilaku konsumtif remaja di Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi penelitian adalah mahasiswa UIN Malik Ibrahim Malang, sampel pada penelitian ini sebanyak 198 orang. Teknik pengambilan sampel digunakan adalah *purposive random sampling*. Terdapat beberapa perbedaan dengan penelitian ini adalah populasi pada penelitian ini merupakan mahasiswa UIN Ar-Raniry sedangkan penelitian di atas menggunakan UIN Malik Ibrahim, Pada teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *simple random sampling* sedangkan pada penelitian di atas menggunakan *purposive random sampling*.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian perilaku konsumtif

Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002) perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena keinginan yang sudah tidak mencapai taraf tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah pada faktor keinginan (*want*). Sumartono (2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang mengarah pada pemakaian produk yang berlebihan dan tidak dihabiskan atau terbuang sia-sia. Perilaku pembelian barang yang dikonsumsi oleh konsumen cenderung produk yang kurang bermanfaat bagi individu tersebut.

Lina dan Rosyid (1997) mengatakan bahwa perilaku konsumtif yaitu penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Astuti (2013) perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk membeli atau mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan serta tidak didasari atas pertimbangan rasional. Apabila perilaku tersebut dibiarkan terus-menerus akan mengakibatkan terjadi tindakan pemborosan.

Haryani (2015) menyebutkan perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Sejalan dengan pendapat Loudon (1993) yang mengatakan bahwa pembelian impulsif atau pembelian tidak terencana adalah pembelian yang terjadi secara spontan dan tiba-tiba karena munculnya berdasarkan hasrat yang kuat untuk membeli dengan segera.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti lebih menitik beratkan definisi yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) tentang perilaku konsumtif, yaitu perilaku individu yang mengarah pada pemakaian produk yang berlebihan dan tidak dihabiskan atau terbuang sia-sia. Perilaku pembelian barang yang dikonsumsi oleh konsumen cenderung produk yang kurang bermanfaat bagi individu tersebut.

2. Indikator/Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif memiliki beberapa indikator sebagai berikut:

a. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

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

b. Membeli produk karena kemasannya menarik.

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

c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

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

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

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Konsumen 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 dimata orang lain.

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

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan 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.

- g. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri.

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

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

Konsumen akan cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya

Selain itu menurut Engel (1994) aspek-aspek pengukuran gaya hidup seseorang yang dapat diwujudkan dalam perilaku konsumtif ada tiga, yaitu *Activities* (aktivitas), *Interest* (minat), *Opinion* (opini) atau disingkat dengan AIO.

- a. *Activities* (Aktivitas)

Aktivitas adalah suatu tindakan nyata yang dapat diamati oleh individu. Perwujudan dari aktivitas dapat dilihat dari kegiatan individu seperti bercakap- cakap, berbelanja ditoko, bepergian, kegiatan sosial, hiburan dan olahraga. Ansati (dalam Usahawan, 1999) berpendapat bahwa melalui aktivitas belanja secara terus menerus yang cenderung konsumtif,

manusia dicitrakan telah menemukan identitas dirinya serta dapat menemukan makna hidupnya yang lebih hakiki tanpa memperdulikan apakah barang / produk atau jasa yang telah dikonsumsi sesuai dengan tujuan utama kebutuhan hidupnya.

b. *Interst* (Minat)

Minat adalah tingkat kesenangan yang timbul secara khusus dan membuat orang tersebut memperhatikan terhadap obyek. Secara umum, minat dapat diartikan sebagai suatu kekuatan dari diri individu yang mampu mendorong, mempengaruhi atau menyebabkan individu menaruh perhatian pada sesuatu diluar dirinya secara sadar. Sesuatu itu dapat berupa obyek, situasi, orang lain, aktivitas atau benda-benda tertentu lainnya (Swastha & Handoko, 1987). Adanya dorongan minat yang cukup tinggi pada remaja dalam memiliki sesuatu hal yang tak dapat dikontrol dapat membuat remaja melakukan aktivitas pembelian secara berlebihan dan cenderung konsumtif.

c. *Opinion* (Opini)

Opini adalah respon seseorang terhadap objek secara lisan maupun tulisan terhadap stimulus yang timbul. Stimulus atau situasi tersebut dapat berupa pendapat sosial, produk, masa yang akan datang, komunitas, olahraga dan hiburan. Sebagai bagian dari masyarakat yang berorientasi tinggi, remaja semakin sadar akan produk-produk baru dan bermerk yang dapat meningkatkan simbol status sosial dan harga diri mereka berdasarkan opini-opini yang terbentuk dari lingkungan sekitar mereka

(Rosyid, 1997). Lebih lanjut, Rosyid mengatakan bahwa pola perilaku di atas semakin diperkuat dengan adanya opini-opini publik yang kerap muncul pada majalah-majalah remaja, iklan di televisi, radio, poster-poster maupun pada media lainnya yang cenderung mengeksploitasi gaya hidup mewah secara mencolok. Tanpa disadari hal tersebut mampu mendorong remaja untuk terus membeli barang-barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan sehingga dapat membuat remaja semakin terjerat dalam arus perilaku konsumtif (Rosyid, 1997).

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (1997) terbagi menjadi 2, yaitu:

a. Faktor Eksternal

1) Kebudayaan

Kebudayaan yang tercermin dalam cara hidup, kebiasaan dan tindakan dalam permintaan bermacam-macam barang di pasar sangat mempengaruhi konsumen. Keberagaman budaya dalam suatu daerah, banyaknya kelompok etnik akan membentuk pasar dan perilaku yang berbeda-beda, dimana kebutuhan akan meningkat yang dapat memunculkan perilaku konsumtif.

2) Kelas Sosial

Merupakan kelompok yang terdiri atas sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat, memegang nilai-nilai, mempunyai minat dan melakukan perilaku yang mirip.

3) Kelompok Referensi

Kelompok referensi ini lebih kuat pengaruhnya pada seseorang karena akan membentuk kepribadian dan perilakunya. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam berperilaku menentukan produk yang dikonsumsinya.

b. Faktor Internal

1) Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku orang tidak terkecuali dalam melakukan pembelian atau penggunaan jasa yang tersedia di pasar.

2) Harga Diri

Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli orang-orang yang harga dirinya rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi daripada orang-orang yang harga dirinya tinggi.

3) Kepribadian

Kepribadian sangat berpengaruh pada perilaku pengambilan keputusan untuk membeli produk.

4) Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri dapat mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli barang. Hal ini dibuktikan oleh Rombe (2014) dalam penelitiannya ia menyimpulkan bahwa kepercayaan diri mampu mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif.

B. Kepercayaan Diri

1. Pengertian kepercayaan diri

Menurut Bandura (dalam Hurlock, 1999) kepercayaan diri (*self confident*) adalah suatu keyakinan seseorang untuk mampu berperilaku sesuai dengan harapan dan keinginan. Kepercayaan diri (*self confidence*) merupakan keyakinan pada kemampuan dan penilaian diri sendiri dalam melakukan tugas dan memilih pendekatan yang efektif, termasuk kepercayaan atas kemampuannya menghadapi lingkungan yang semakin menantang dan kepercayaan atas keputusan atau pendapatnya Lauster 2002 (dalam Hidayat & Bashori, 2016),

Menurut Kumara 1988 (dalam Ghufroon & Rismawati, 2010) menyatakan bahwa kepercayaan diri merupakan ciri kepribadian yang mengandung arti keyakinan terhadap kemampuan diri sendiri.

Kepercayaan diri merupakan satu diantara aspek-aspek kepribadian yang penting dalam kehidupan manusia yang dapat membantu seseorang untuk dapat mengaktualisasikan segala potensi yang ada pada dirinya (Asri, 2012). Rasa percaya diri merupakan suatu keyakinan seseorang terhadap segala aspek kelebihan yang ada pada dirinya dan diwujudkan dalam tingkah laku sehari-hari. Rasa percaya diri baru bisa tumbuh dan berkembang baik sejak kecil, jika seseorang berada di dalam lingkungan keluarga yang baik, namun sebaliknya jika lingkungan tidak memadai menjadikan individu tersebut untuk percaya diri maka individu tersebut akan kehilangan proses pembelajaran untuk percaya pada dirinya sendiri (Sudarji, 2017).

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti lebih menitik beratkan definisi yang dikemukakan menurut Lauster (2002) yaitu Kepercayaan diri (*self confidence*) merupakan keyakinan pada kemampuan dan penilaian diri sendiri dalam melakukan tugas dan memilih pendekatan yang efektif, termasuk kepercayaan atas kemampuannya menghadapi lingkungan yang semakin menantang dan kepercayaan atas keputusan atau pendapatnya.

1. Aspek-Aspek Kepercayaan Diri

Lauster 2002 (dalam Hidayat & Bashori, 2016) menjelaskan bahwa aspek aspek kepercayaan diri , antara lain :

a. Keyakinan kemampuan diri.

Keyakinan kemampuan diri adalah sikap positif seseorang tentang dirinya. Individu yang memiliki sikap ini merasa mampu melakukan tugas yang dipilihnya serta berani untuk menyatakan gagasan atau pendapatnya.

b. Optimis.

Individu dengan kepercayaan diri tinggi akan selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri dan kemampuannya, individu dengan kepercayaan diri tinggi memiliki sikap optimis

c. Objektif.

Seseorang dengan keercayaan diri tinggi juga memiliki cara pandang yang objektif, orang yang objektif akan memandang suatu objek dengan apa adanya dan tidak mudah terpengaruh. Orang yang objektif akan memandang suatu objek dengan apa adanya dan tidak terpengaruh.

d. Bertanggung jawab.

Individu dengan kepercayaan diri tinggi bersedia menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensi tindakan atau keputusannya. Dengan kata lain, ia individu yang bertanggung jawab.

e. Rasional dan realistis.

Orang yang percaya diri pasti berpikir secara rasional dan realistis. Ia akan mampu menganalisis suatu masalah, suatu hal, kejadian dengan menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.

Selain itu menurut Kumara 1998 (dalam Hidayat & Bashori, 2016) terdapat empat aspek kepercayaan diri, yaitu:

a. Kemampuan menghadapi masalah.

Suatu aktivitas intelektual untuk mencari penyelesaian permasalahan yang dihadapi dengan menggunakan pengetahuan yang sudah dimiliki.

b. Bertanggung jawab.

Bertanggung jawab terhadap keputusan dan tindakannya, menerima keputusan dan melaksanakan tindakan yang telah menjadi keputusan dengan penuh tanggung jawab.

c. Kemampuan dalam bergaul.

Suatu proses kemampuan dalam interaksi social yang terjalin antar individu dalam lingkungan sosialnya.

d. Kemampuan menerima kritik.

Kemampuan seseorang dalam menerima, mengolah dan menyikapi kritikan pihak lain dengan lapang dada.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Ghufron dan Risnawita (2010) berikut ini adalah faktor-faktor tersebut, yaitu:

a) Konsep Diri

Menurut Anthony (1992) terbentuknya kepercayaan diri pada seseorang diawali dengan perkembangan konsep diri yang diperoleh dalam pergaulannya dalam suatu kelompok. Hasil interaksi yang terjadi akan menghasilkan konsep diri.

b) Harga Diri

Harga diri yang positif akan membentuk harga diri positif pula. Harga diri adalah penilaian yang dilakukan terhadap diri sendiri. Santoso berpendapat bahwa tingkat harga diri seseorang akan mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang.

c) Pengalaman

Pengalaman juga dapat menjadi faktor munculnya rasa percaya diri. Sebaliknya, pengalaman juga dapat menjadi faktor menurunnya rasa percaya diri seseorang.

d) Pendidikan

Tingkat Pendidikan seseorang akan berpengaruh terhadap tingkat kepercayaan diri seseorang. Tingkat Pendidikan yang rendah akan

menjadikan orang tersebut tergantung dan berada di bawah kekuasaan orang lain yang lebih pandai darinya. Sebaliknya, orang yang mempunyai Pendidikan tinggi akan memiliki tingkat kepercayaan diri yang lebih dibandingkan yang berpendidikan rendah.

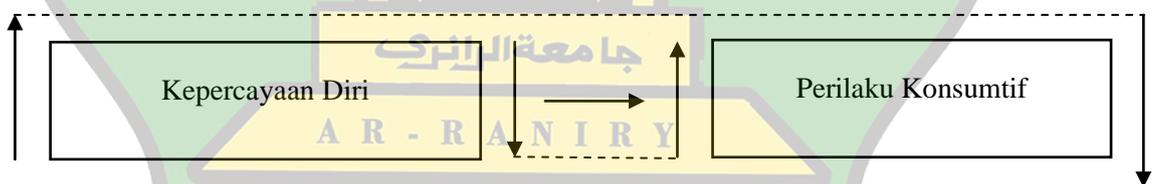
C. Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif

Kepercayaan diri merupakan salah satu aspek kepribadian yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Orang yang percaya diri yakin atas kemampuan mereka sendiri serta memiliki pengharapan yang realistis, bahkan ketika harapan mereka tidak terwujud, mereka tetap berpikiran positif dan dapat menerimanya. Lauster (1999) mengatakan bahwa kebutuhan yang paling penting adalah kebutuhan akan rasa percaya diri dan rasa superioritas. Fatimah (2006) mengemukakan salah satu ciri seseorang yang mempunyai rasa percaya diri adalah mempunyai pengendalian diri yang baik (tidak *moody* dan emosi stabil). Karena itu, mahasiswa memiliki kepercayaan diri yang tinggi maka ia mampu mengendalikan diri dengan baik termasuk dalam berbagai perilaku, salah satunya perilaku konsumtif.

Gumulya (2013) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang lebih didominasi oleh keinginan-keinginan diluar kebutuhan dan hanya memenuhi hasrat semata. Perilaku konsumtif biasanya terjadi pada mahasiswa, hal ini terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh mahasiswa. Perilaku konsumtif yang banyak terjadi pada mahasiswa ini pada umumnya hanya sebatas keinginan terhadap barang-barang seperti baju, sepatu, *make up*, serta bermacam-macam jenis lainnya yang berhubungan dengan

penunjang penampilan mahasiswa. Hal tersebut belum tentu sesuai dengan kebutuhan. Selain itu, mahasiswa yang lebih bersifat konsumtif terhadap pakaian dengan merek terkenal. Pakaian dengan merek terkenal dianggap jauh lebih berkualitas dan lebih mampu meningkatkan rasa percaya diri, terutama saat mereka mengenyakannya (Ningsih, 2016).

Hal tersebut dilakukan mahasiswa guna untuk menunjang rasa kepercayaan diri yang dimiliki, sehingga membuat mahasiswa tidak terlepas dari perilaku berbelanja secara berlebihan. Sesuai dengan pendapat (Pranoto, 2010) mengemukakan bahwa mahasiswa yang kurang memiliki rasa percaya diri yang kuat secara otomatis akan menggunakan mode-mode yang sedang marak dikalangnya, guna menambah rasa kepercayaan diri mahasiswa tersebut. Dengan begitu mahasiswa akan semakin boros dalam pengeluaran uang sakunya demi mendapatkan penampilan yang menurut mahasiswi ideal. Berdasarkan pemaparan di atas maka dapat dibuat kerangka konseptual sebagai berikut.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

D. Hipotesis

Berdasarkan uraian konsep teoritis di atas maka, peneliti mengajukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Ar-Raniry. Artinya semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah perilaku konsumtif, dan sebaliknya semakin rendah kepercayaan diri, maka semakin tinggi perilaku konsumtif.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah pendekatan ilmiah dengan tujuan untuk menunjukkan hubungan antara dua variabel, menguji teori, dan mencari generalisasi yang mempunyai nilai prediktif. Dinamakan pendekatan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. (Sugiyono, 2017). Adapun metode penelitian yang digunakan adalah korelasional yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat (Sugiyono, 2013).

B. Identifikasi Variabel-Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu, variabel bebas dan variabel terikat. Menurut (Sugiyono, 2018) Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab terjadinya perubahan atau munculnya variabel terikat. Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel bebas dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah:

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

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri (*self confidence*) merupakan keyakinan pada kemampuan dan penilaian diri sendiri dalam melakukan tugas dan memilih pendekatan yang efektif, termasuk kepercayaan atas kemampuannya menghadapi lingkungan yang semakin menantang dan kepercayaan atas keputusan atau pendapatnya. Kepercayaan diri dalam penelitian yang diukur dengan skala menggunakan ciri-ciri yang dikemukakan oleh Lauster 2002 (dalam Hidayat & Bashori, 2016) yang terdiri dari 5 ciri-ciri yaitu: Keyakinan kemampuan diri, optimisi, objektif, bertanggung jawab, rasional dan realistis.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif yaitu perilaku individu yang mengarah pada pemakaian produk yang berlebihan dan tidak dihabiskan atau terbuang sia-sia. Perilaku pembelian barang yang dikonsumsi oleh konsumen cenderung produk yang kurang bermanfaat bagi individu tersebut. Perilaku konsumtif dalam penelitian yang diukur dengan skala menggunakan indikator yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yang terdiri dari 8 indikator 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 produk karena unsur konformitas

terhadap model yang mengiklankan, membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri, mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

D. Subjek Penelitian

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Ar-Raniry. UIN Ar-Raniry berjumlah 21.331 Mahasiswa berdasarkan data Biro Kemahasiswaan, 2021.

Tabel 3.1

Populasi penelitian masing-masing kelompok

No	Fakultas	Jumlah Populasi
1	Syariah dan Hukum	3493
2	Tarbiyah dan Keguruan	7250
3	Usuluddin dan Filsafat	1277
4	Dakwah dan Komunikasi	1881
5	Adab dan Humaniora	1487
6	Ekonomi dan Bisnis Islam	2421
7	Sains dan Teknologi	1778
8	Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan	1064
9	Psikologi	680
Jumlah		21331

Sumber : Biro Kemahasiswaan, 2021

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini diambil berdasarkan tingkat kesalahan 5% dan tingkat kepercayaan 95% yang

terdapat dalam tabel penentuan jumlah sampel dari keseluruhan populasi yang dikembangkan oleh *Isaac* dan *Michael* maka ukuran sampel dalam penelitian ini adalah 342 mahasiswa.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *Simple random sampling* adalah metode pengambilan sampel yang simple (sederhana) sebab pengambilan sampel dari suatu populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sugiyono, 2017).

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Alat ukur penelitian

Tahap pertama yang harus dilakukan adalah mempersiapkan alat ukur. Alat ukur psikologi merupakan instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif. Alat ukur psikologi akan menghasilkan data berbentuk skor/angka pada kontinum tertentu (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang peneliti pakai adalah menggunakan skala kepercayaan diri berdasarkan ciri-ciri dikemukakan oleh Lauster 2002 (dalam Hidayat & Bashori, 2016) dengan skala perilaku konsumtif berdasarkan indikator yang dikembangkan oleh Sumartono (2002).

Kedua skala yang telah disebutkan di atas disusun dengan menggunakan skala Likert. Sugiyono (2017) menyatakan bahwa teknik skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial yang kemudian dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator variabel ini dijadikan titik tolak untuk

menyusun aitem-aitem instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Aspek dari variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator dan dari indikator tersebut maka diturunkan untuk membuat aitem instrumen berupa pernyataan dalam bentuk *favorable* dan *unfavorable*. *Favorable* adalah instrumen yang mendukung perilaku berdasarkan aspek-aspek yang diukur, sedangkan *unfavorable* adalah instrumen yang tidak mendukung perilaku berdasarkan aspek-aspek yang diukur (Azwar, 2015). Jawaban dalam skala ini dinyatakan dalam empat kategori (sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai dan sangat tidak sesuai) dengan tidak memakai jawaban ragu-ragu karena ini bisa menimbulkan kecenderungan subjek dalam menjawab ragu-ragu bagi subjek yang tidak pasti dengan jawaban. Penilaiannya bergerak dari empat sampai satu untuk aitem *favorable* dan dari satu sampai empat untuk aitem *unfavorable*.

Tabel 3.2
Skor Aitem Kepercayaan Diri dan Perilaku Konsumtif

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

Berikut adalah gambaran skala yang digunakan dalam penelitian ini :

a. Skala Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif disusun berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) dan di adopsi dengan menggunakan skala perilaku konsumtif yang telah dilakukan dalam penelitian Zahra, Barmawi dan

Nova (2021) dengan judul penelitian Hubungan *Self Monitoring* dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion pada mahasiswa penerima beasiswa kartu Indonesia pintar kuliah (KIP-K) UIN Ar-Raniry banda aceh dengan nilai reabilitas 0,928. yang terdiri dari 8 indikator yaitu

1. Membeli produk karena iming-iming hadiah.

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

2. Membeli produk karena kemasannya menarik.

Konsumen sangat mudah terbujuik untuk membeli produk yang dibungkus dengan rapi dan dihias dengan warna-warna menarik. Artinya motivasi untuk membeli produk tersebut hanya karena produk tersebut dibungkus dengan rapi dan menarik.

3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

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

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

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah.

5. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Konsumen 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 dimata orang lain.

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

Konsumen cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakan 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.

7. Membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri.

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

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

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

Tabel 3.3
Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

Indikator	Sub indikator	Nomor Item		Jumlah	%
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
a. Membeli produk karena iming-iming hadiah	Adanya hadiah yang ditawarkan	1,11	2,10	4	12,5%
b. Membeli produk karena kemasannya menarik	Mudah terbujuk untuk membeli produk yang dibungkus rapi	31	12	4	12,5%
	Membeli produk yang dihias dengan warna-warna menarik	5	14		
c. membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	Membelanjakan uang lebih banyak untuk menunjang penampilan diri	7,23	4,26	4	12,5%
d. membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)	Cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah	15,29	6,28	4	12,5%
e. membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	Membeli suatu produk yang memberikan simbol status (kelas tinggi) agar kelihatan lebih keren dimata orang lain	17,21	8,22	4	12,5%
f. memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengkilankan	Menggunakan segala sesuatu yang dipakai tokoh idolanya	9	24	4	12,5%
	Memakai dan mencoba produk yang ditawarkan	13	30		

	bila ia mengidolakan publik figur tersebut				
g. membeli produk dengan harga mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri	Mencoba suatu produk karena percaya iklan	25	18		12,5%
	Membeli produk untuk mempercantik penampilan fisik agar lebih percaya diri	27	16	4	
h. mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	Menggunakan produk jenis sama dengan merek yang berbeda	19,3	20,32	4	12,5%
Total			16	16	32 100%

b. Skala Kepercayaan Diri

Skala kepercayaan diri disusun oleh peneliti berdasarkan teori Lauster (dalam Hidayat & Bashori, 2016) yang terdiri 5 aspek yaitu :

1. Keyakinan kemampuan diri.

Keyakinan kemampuan diri adalah sikap positif seseorang tentang dirinya. Individu yang memiliki sikap ini merasa mampu melakukan tugas yang dipilihnya serta berani untuk menyatakan gagasan atau pendapatnya.

2. Optimis.

Individu dengan kepercayaan diri tinggi akan selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri dan kemampuannya, individu dengan kepercayaan diri tinggi memiliki sikap optimis

3. Objektif.

Seseorang dengan keercayaan diri tinggi juga memiliki cara pandang yang objektif, orang yang objektif akan memandang suatu objek dengan apa adanya dan tidak mudah terpengaruh. Orang yang objektif akan memandang suatu objek dengan apa adanya dan tidak terpengaruh.

4. Bertanggung jawab.

Individu dengan kepercayaan diri tinggi bersedia menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensi tindakan atau keputusannya. Dengan kata lain, ia individu yang bertanggung jawab.

5. Rasional dan realistis.

Orang yang percaya diri pasti berpikir secara rasional dan realistis. Ia akan mampu menganalisis suatu masalah, suatu hal, kejadian dengan menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.

Tabel 3.4
Blue Print Skala Kepercayaan Diri

Indikator	Sub indikator	Nomor Item		Jumlah	%
		<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>		
a. Keyakinan kemampuan diri	Sikap positif seseorang tentang dirinya	1	6		
	Merasa mampu melakukan tugas yang dipilihnya	11	16	6	20 %
	Berani untuk menyatakan gagasan atau pendapatnya	21	26		

b. Optimis	Selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri dan kemampuannya	2,7	12	6	20 %
	Memiliki sikap optimis	17	22,27		
c. Objektif	Memandang suatu objek dengan apa adanya	3,8	13	6	20 %
	Tidak mudah terpengaruh	18	23,28		
d. Bertanggung jawab	Berani menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensi tindakan	4,9	14	6	20 %
	Berani menanggung segala sesuatu yang telah menjadi keputusan	19	24,29		
e. Rasional dan realistis	Berpikir secara rasional	5	10		
	Berpikir secara realistis	15	20		
	Mampu menganalisis suatu masalah, dengan menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal	25	30	6	20 %
Total		15	15	30	100%

2. Pelaksanaa uji coba (*tryout*)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode *try out* terpakai (*single trial administration*) di mana skala psikologi hanya diberikan satu kali saja pada sekelompok individu sebagai sampel. Pandangan ini dipandang ekonomis, praktis dan berefisien tinggi (Azwar, 2009). Sampel dalam *try out* yaitu sampel yang digunakan dalam penelitian yang berjumlah 376 responden.

Uji coba alat ukur dilakukan 7 hari yaitu pada tanggal 19 November sampai 25 November 2021. Data uji coba ini digunakan juga untuk data penelitian karena memakai *single trial administration*. Pelaksanaan uji coba dan penelitian ini dibagikan dengan mengirim link *google form* berikut :
<https://forms.gle/NmupNmRE4sLJcz6Y7>

Link tersebut dibagikan secara *online* melalui grup-grup dan menghubungi secara pribadi menggunakan aplikasi *whatsapp*, dan *instragram*. Setelah masa pengumpulan data selesai dan terkumpul 376 responden yang memenuhi jumlah sampel yang telah direncanakan berdasarkan tabel *Isaac dan Michael*, kemudian peneliti menskoring dan menganalisis data dengan bantuan program SPSS versi 22.00.

3. Uji validatas

Validitas menurut Azwar (2013) berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila tes tersebut menjalankan fungsi

ukurannya, atau memberikan hasil ukur yang tepat dan akurat sesuai dengan maksud dikenakannya tes tersebut (Azwar, 2013).

Uji validitas dalam penelitian ini adalah validitas isi (*content validity*) yaitu isi tes harus tetap relevan dan tidak keluar dari batas tujuan pengukuran. Pengujian validitas isi tidak menggunakan analisis statistik, akan tetapi menggunakan rasio (logika). Di mana pengujian terhadap skala memerlukan beberapa penilai yang kompeten untuk menyatakan bahwa suatu aitem adalah relevan dengan tujuan ukur skala. Skala yang disusun akan dinilai oleh beberapa orang *reviewer* yang telah lulus strata dua (S2) dan memiliki keahlian di bidang Psikologi. Dengan aitem yang relevan tersebut maka bila secara umum para penilai berpendapat sama, maka proses validitas terhadap aitem selesai (Azwar, 2015).

Pengukuran validitas isi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Content Validity Ratio* (CVR). Data yang diperoleh untuk menghitung CVR diperoleh dari para ahli yang disebut *Subject Matter Experts* (SME). SME diminta untuk menyatakan apakah isi suatu aitem dikatakan esensial untuk mendukung tujuan apa yang hendak diukur. Suatu sistem dikatakan esensial apabila aitem tersebut dapat mempresentasikan dengan baik tujuan pengukuran (Azwar, 2012). Angka CVR bergerak antara -1.00 sampai dengan +1.00 dengan $CVR = 0,00$ berarti 50% dari SME dalam panel menyatakan aitem adalah esensial dan valid (Azwar, 2017).

Adapun CVR di rumuskan sebagai berikut:

$$CVR = (2n_e / n) - 1$$

Keterangan:

n_e = Banyaknya SME yang menilai suatu aitem esensial

n = Banyaknya SME yang melakukan penilaian

a. Hasil komputasi *content validity ratio* skala *self monitoring*

Hasil komputasi *content validity ratio* skala *self monitoring* yang peneliti gunakan diestimasi dan dikuantifikasi lewat pengujian terhadap isi skala melalui *expert judgement* dari beberapa orang *expert* untuk memeriksa apakah masing-masing aitem mencerminkan ciri perilaku yang ingin diukur. Oleh karena itu, untuk mencapai validitas tersebut, maka skala yang telah disusun akan dinilai oleh 3 orang *expert judgement* dapat di lihat pada tabel 3.5

Tabel 3. 5

Koefisien CVR Kepercayaan Diri

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

Hasil komputasi *Content Validity Ratio* dari skala *kepercayaan diri* yang peneliti gunakan dengan *expert judgment* sebanyak 3 orang terdapat 30 aitem yang memiliki koefisien 1. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penilaian *SME* pada skala *kepercayaan diri* menunjukkan nilai di atas nol (0), sehingga semua aitem adalah esensial dan dinyatakan valid.

b. Hasil Komputasi *content validity ratio* skala perilaku konsumtif

Hasil komputasi *content validity ratio* skala perilaku konsumtif yang peneliti gunakan dengan *expert judgment* sebanyak 3 orang terdapat 32 aitem yang memiliki koefisien 1 yang dapat dilihat pada tabel 3.6.

Tabel 3.6
Koefisien CVR Perilaku Konsumtif

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

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

4. Uji daya beda aitem

Analisis daya beda aitem yang peneliti lakukan yaitu dengan cara menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan distribusi skor skala itu sendiri. Komputasi ini akan menghasilkan koefisien korelasi aitem-total (*rix*). Perhitungan daya beda aitem-aitem menggunakan koefisien korelasi *product moment* dari Pearson. Formula Pearson untuk komputasi koefisien korelasi aitem-aitem total (Azwar, 2012).

Sebelum peneliti melakukan analisis reliabilitas, peneliti terlebih dahulu melakukan analisis daya beda aitem. Perhitungan daya beda aitem

menggunakan koefisien korelasi *Product Moment* Pearson. Kriteria dalam pemilihan aitem yang peneliti gunakan berdasarkan korelasi aitem total yaitu menggunakan batasan $r_{ix} \geq 0,25$ untuk aitem *self monitoring* dan batasan $r_{ix} \geq 0,25$ untuk aitem perilaku konsumtif. Setiap aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,25 daya bedanya dianggap memuaskan, sebaliknya aitem yang memiliki harga r_{ix} kurang dari 0,25 diinterpretasi memiliki daya beda yang rendah (Azwar, 2015).

Pada penelitian ini uji daya beda aitem dilakukan dengan menggunakan *SPSS 22.00* langkah awal yaitu penjumlahan data di *Ms. Excel* dimana menjumlahkan nilai aitem total kemudian mengimport ke data *view* di *SPSS 22.00*. Namun uji daya beda aitem juga dapat ditentukan dengan rumus berikut secara manual.

Berikut rumus korelasi *product moment*:

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

Keterangan:

i = Skor aitem

x = Skor skala

n = Banyaknya responden - R A N I R Y

a. Uji beda daya aitem Kepercayaan Diri

Hasil analisis daya beda aitem masing-masing skala kepercayaan diri dapat dilihat pada table 3.7.

Tabel 3.7
Koefisien Daya Beda Aitem Skala Kepercayaan Diri

No.	r_{ix}	No.	r_{ix}	No.	r_{ix}
1.	0,343	11.	0,148	21.	0,164
2.	-0,001	12.	0,316	22.	0,402
3.	0,238	13.	0,357	23.	0,427
4.	0,065	14.	0,388	24.	0,440
5.	0,127	15.	0,046	25.	-0,071
6.	0,333	16.	0,442	26.	0,484
7.	0,217	17.	0,027	27.	0,383
8.	0,173	18.	0,172	28.	0,475
9.	0,194	19.	0,084	29.	0,440
10.	0,347	20.	0,366	30.	0,427

Berdasarkan tabel 3.7 di atas maka dari aitem 30 diperoleh aitem koefisien korelasi atau daya beda aitem dibawah 0,25 sebanyak 14 aitem yaitu aitem 2,3,4,5,7,8,9,11,15,17,18,19,21,25, sehingga aitem tersebut tidak terpilih atau gugur dan 16 aitem lain dilakukan uji reliabilitas.

Tabel 3.8
Blueprint Akhir Skala Kepercayaan Diri

Indikator	Nomor Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
a. Keyakinan kemampuan diri	1	6,16,26	4
b. Optimis	-	12,22,27	3
c. Objektif	-	13, 23,28	3
d. Bertanggung jawab	-	14, 24,29	3
e. Rasional dan realistis	A R - R A N I R	10,20,30	3
Total	1	15	16

b. Uji daya beda aitem perilaku konsumtif

Hasil analisis daya beda aitem masing-masing skala kepercayaan diri dapat dilihat pada table 3.9.

Tabel 3.9
Koefisien Daya Beda Item Perilaku Konsumtif

No.	r_{ix}	No.	r_{ix}	No.	r_{ix}	No.	r_{ix}
1.	0,675	9.	0,717	17.	0,638	25.	0,682
2.	0,563	10.	0,529	18.	0,728	26.	0,701
3.	0,393	11.	0,710	19.	0,323	27.	0,650
4.	0,733	12.	0,227	20.	0,424	28.	0,725
5.	0,425	13.	0,744	21.	0,400	29.	0,310
6.	0,455	14.	0,388	22.	0,719	30.	0,678
7.	0,649	15.	0,742	23.	0,658	31.	0,299
8.	0,663	16.	0,463	24.	0,685	32.	0,497

Berdasarkan tabel 3.9 diatas maka dari 32 aitem keseluruhan diperoleh 30 aitem yang terpilih dan 2 aitem yaitu 12 dan 31 yang mempunyai daya beda aitem dibawah 0,25 sehingga aitem tidak terpilih atau gugur. Sehingga 30 aitem tersebut dilakukan uji realibilitas.

Tabel 3.10
Blueprint Akhir Skala Perilaku Konsumtif

Indikator	Nomor Item		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
a. Membeli produk karena iming-iming hadiah	1,11	2,10	4
b. Membeli produk karena kemasannya menarik	5	14	2
c. membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi	7,23	4,26	4
d. membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)	15,29	6,28	4
e. membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status	17,21	8,22	4
f. memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan	9,13	24,30	4
g. membeli produk dengan harga mahal untuk	25,27	16,18	4

meningkatkan rasa percaya diri			
h. mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda)	19,3	20,32	4
Total	15	15	30

5. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur ketepatan suatu ukuran atau alat pengukur keandalannya (Sugiyono, 2017). Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya) dari suatu indikator yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini untuk mencari reliabilitas instrumen menggunakan aplikasi *SPSS*.

Setelah melakukan uji daya beda, peneliti melakukan uji reliabilitas. Azwar (2016) mengemukakan bahwa reliabilitas merupakan sejauhmana hasil yang relatif sama dalam beberapa kali pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama. Reliabilitas kuesioner akan dihitung dengan menggunakan teknik *Alpha Cronbach*. Adapun untuk menghitung koefisien reliabilitas skala budaya organisasi menggunakan teknik *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut (Azwar, 2016).

$$\alpha = 2 [1 - (s_{y1}^2 + s_{y2}^2) / s_x^2]$$

Keterangan:

s_{y1}^2 dan s_{y2}^2 = Varian skor Y1 dan varian skor Y2
 s_x^2 = Varian skor X

a. Hasil Uji Reliabilitas Skala Kepercayaan Diri

Hasil reliabilitas pada skala kepercayaan diri di peroleh $r_{ix} = 0,769$, selanjutnya penulis melakukan analisis reliabilitas tahap dua dengan membuang 14 aitem yang tidak terpilih (daya beda rendah). Hasil analisis reliabilitas pada skala kepercayaan diri tahap kedua di peroleh $r_{ix} = 0,836$ yang memiliki makna reliabilitas tinggi.

b. Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Sedangkan untuk hasil reliabilitas pada skala perilaku konsumtif di peroleh $r_{ix} = 0,946$, selanjutnya penulis melakukan analisis reliabilitas tahap dua dengan membuang 2 aitem yang tidak terpilih (daya beda rendah), dan memperoleh hasil analisis reliabilitas $r_{ix} = 0,948$ yang memiliki makna reliabilitas sangat tinggi.

F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

1. Teknik Pengolahan Data

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

- a. *Editing* merupakan proses memeriksa kejelasan dan kelengkapan pengisian instrument pengumpulan data. Proses *editing* ini dilakukan dengan maksud untuk mencari kesalahan-kesalahan dalam *questioner* yang telah diisi oleh responden. Pada penelitian ini proses *editing* dilakukan dengan menekan jawaban responden pada *google form* kemudian jawaban tersebut muncul di *spreadsheet* yang langsung terhubung ke *Ms.excel*.

kemudian melakukan pemeriksaan (*crosscheck*). Data awal merupakan jawaban responden yang dilihat dari *google form* untuk dilakukan pemeriksaan setelah dilakukan pemeriksaan, maka tidak terdapat aitem yang kosong.

- b. *Coding* merupakan proses identifikasi dan klarifikasi dari setiap pertanyaan dalam instrument pengumpulan data berdasarkan variabel-variabel yang diteliti dengan pemberian kode-kode atau angka-angka. Setelah melakukan *crosscheck* peneliti melakukan pembagian antara variabel X dan variabel Y. Pada variabel tersebut terdapat aitem *favorable* pada aitem jawaban yang menjawab sangat sesuai dikode dengan 4, sesuai dikode 3, tidak sesuai dikode 2, sangat tidak sesuai dikode 1 dan pengkodean *unfavorable* dilakukan sebaliknya yaitu aitem yang menjawab sangat sesuai dikode 1, sesuai dikode 2, tidak sesuai dikode 3 dan sangat tidak sesuai dikode 4. Pengkodean aitem *favorable* dan *unfavorable* di *coding* secara terpisah.
- c. *Kalkulasi* merupakan proses menghitung data yang telah terkumpulkan dengan cara menambah, mengurangi, membagi, mengkalikan atau lainnya yang dilakukan dengan bantuan *excel*. Proses kalkulasi dalam penelitian ini yaitu aitem yang sudah di *coding* secara otomatis sesuai nilai aitem *favorable* dan *unfavorable* maka aitem dijumlah dengan mengklik *autosum* perbaris di *Ms.excel*. Selanjutnya melakukan kategorisasi jumlah total aitem diurutkan otomatis di *Ms.excel* dengan mengklik *sort smallest to largest* sehingga total nilai akan terurut dari nilai rendah ke nilai tinggi dan nilai ini yang akan digunakan untuk mencari nilai data empirik.

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

2. Teknik Analisis Data

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

a. Uji Prasyarat

Uji prasyarat merupakan syarat yang harus dipenuhi sebelum melakukan uji hipotesis. Uji prasyarat meliputi uji normalitas dan linieritas (Priyatno, 2016). Uji prasyarat dalam penelitian ini meliputi uji normalitas dan uji linieritas:

1) Uji Normalitas

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

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

2) Uji Linieritas

Uji linieritas merupakan pengujian garis regresi antara variabel bebas dan variabel terikat. Setelah melakukan uji normalitas, selanjutnya peneliti melakukan uji linieritas hubungan. Gunawan (2016) menyatakan bahwa uji linieritas hubungan merupakan syarat untuk semua uji hipotesis hubungan yang bertujuan untuk melihat apakah hubungan dua variabel membentuk garis lurus linier. Uji linieritas dilakukan untuk membuktikan bahwa masing-masing variabel bebas mempunyai hubungan linieritas dengan variabel terikat (Hanief & Himawanto, 2017). Uji linieritas pada SPSS digunakan uji linieritas lajur *F deviation from linierity*, dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila nilai signifikan lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$). Sedangkan jika menggunakan *test for linearity*, dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang dapat ditarik lurus apabila nilai signifikansi pada linearitas kurang dari 0,05 (Priyatno 2011).

b. Uji Hipotesis

Setelah semua asumsi normalitas dan linieritas terpenuhi, maka dapat dilakukan analisis data untuk menguji hipotesis penelitian. Uji hipotesis yaitu

dengan jalan memeriksa batas penerimaan-penolakan taraf signifikansi statistik dari koefisien jalur yang dihasilkan (Sugiyono, 2017). Menurut Periantalo (2016) koefisien korelasi dikatakan signifikan apabila $p < 0,05$. Analisis penelitian data yang dipakai adalah dengan bantuan komputer program SPSS *version 22.00 for Windows*. Adapun rumus korelasi jika analisis dilakukan secara manual sebagai berikut:

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

Keterangan:

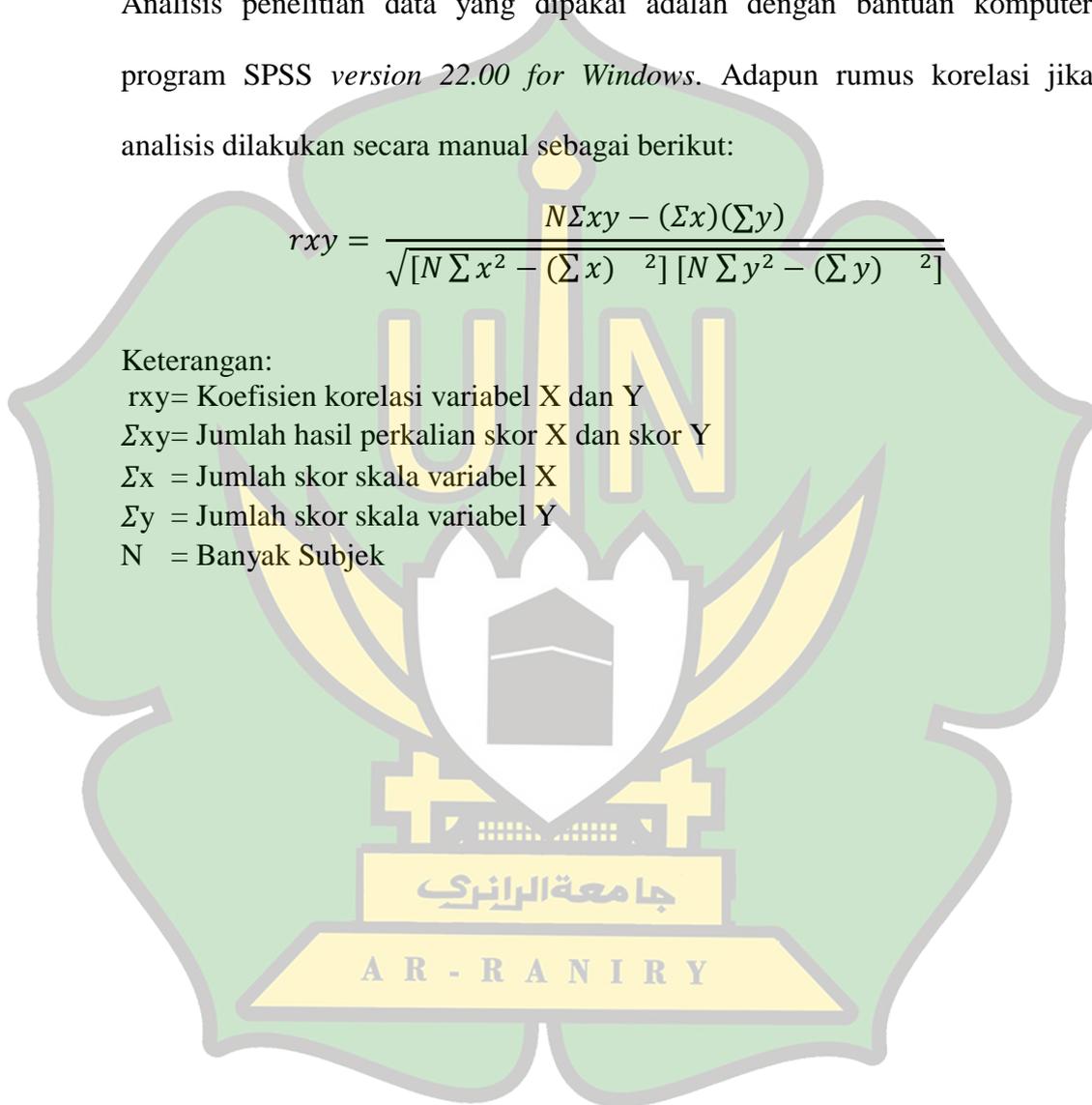
r_{xy} = Koefisien korelasi variabel X dan Y

Σxy = Jumlah hasil perkalian skor X dan skor Y

Σx = Jumlah skor skala variabel X

Σy = Jumlah skor skala variabel Y

N = Banyak Subjek



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa UIN Ar-Raniry pada tepatnya Angkatan 2017, 2018, 2019, 2020 dan angkatan 2021. dengan populasi yang berjumlah 21.331 mahasiswa berdasarkan data dari Biro Kemahasiswaan. Adapun subjek penelitian pada penelitian ini adalah 342 berdasarkan tabel *Isaac* dan *Michael*, sehingga subjek penelitian terkumpul sebanyak 376 mahasiswa UIN Ar-Raniry dan memenuhi subjek penelitian yang telah direncanakan. Data demografi sampel dapat dilihat dalam penjelasan sebagai berikut.

a. Data Demografi Sampel Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Data Demografi Sampel Jenis Kelamin

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah	Persentase %
Jenis Kelamin	Laki-Laki	34	9%
	Perempuan	342	91%
Total		376	100%

Berdasarkan data demografi jenis kelamin perempuan sebanyak 342 orang (91%) lebih banyak daripada laki-laki yang berjumlah 34 orang (9%).

b. Data Demografi Sampel Angkatan

Tabel 4.2
Data Demografi Sampel Angkatan

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah	Persentase %
Angkatan	2017	63	16%
	2018	96	26%
	2019	83	22%
	2020	96	26%
	2021	38	10%
Total		376	100%

Berdasarkan data demografi angkatan, Angkatan 2017 sebanyak 63 orang (16%), angkatan 2018 sebanyak 96 orang (26%), angkatan 2019 sebanyak 83 orang (22%), angkatan 2020 sebanyak 96 orang (26%), dan Angkatan 2021 sebanyak 38 orang (10%).

c. Deskripsi Demografi Sampel Belanja Online

Tabel 4.3
Deskripsi Demografi Sampel Belanja Online

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah	Persentase %
Aplikasi Belanja Online	Tidak menggunakan <i>onlineshop</i>	27	7,1%
	Shopee	272	72,3%
	Ayupinkshop	3	0,79%
	Dindin	11	2,9%
	Digashop	2	0,5%
	Gudang masker	5	1,3%
	Instagram	19	5,1%
	Lazada	18	4,78%
	Lyradyba	11	2,9%
	Olx	2	0,5%
	Tokopedia	2	0,5%
	Aplikasi lainnya	5	1,3%
	Total		376

Berdasarkan data demografi belanja online, yang berbelanja tidak menggunakan aplikasi apapun sebanyak 27 orang (7,1%), aplikasi shopee sebanyak 272 orang (72,3%), ayupinkshop sebanyak 3 orang (0,79%), Dindin sebanyak 11 orang (2,9%), digashop sebanyak 2 orang (0,5%), gudang masker sebanyak 5 orang (1,3%), aplikasi Instagram sebanyak 19 orang (5,1%), aplikasi Lazada sebanyak 18 orang (4,78%), lyradyba sebanyak 11 orang (2,9%), OLX sebanyak 2 orang (0,5%), tokopedia sebanyak 2 orang (0,5%),

dan terakhir yang berbelanja online dengan beragam aplikasi yang telah disebutkan sebelumnya berjumlah 5 orang (1,3%).

Tabel 4.4
Deskripsi Demografi Sampel Fakultas

Deskripsi Sampel	Kategori	Jumlah	Persentase %
Fakultas	Syariah dan Hukum	33	9%
	Tarbiyah dan Keguruan	94	25%
	Ushuluddin dan Filsafat	39	10%
	Dakwah dan Komunikasi	48	13%
	Adab dan Humaniora	31	8%
	Ekonomi dan Bisnis Islam	42	11%
	Sains dan Teknologi	36	10%
	Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan	23	6%
	Psikologi	30	8%
Total		376	100%

Berdasarkan data demografi fakultas, Fakultas Syariah dan hukum sebanyak 33 orang (9%), Fakultas Tarbiyah dan Keguruan sebanyak 94 orang (25%), Fakultas Ushuluddin dan Filsafat sebanyak 39 orang (10%), Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebanyak 48 orang (13%), Fakultas Adab dan Humaniora sebanyak 31 orang (8%), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) sebanyak 42 orang (11%), Fakultas Sains dan Teknologi sebanyak 36 orang (10%), Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Pemerintahan sebanyak 23 orang (6%), dan Fakultas Psikologi sebanyak 30 orang (8%).

B. Hasil Penelitian

1. Kategorisasi Data Penelitian

Pembagian kategori sampel yang digunakan peneliti merupakan kategorisasi berdasarkan model distribusi normal dengan kategorisasi jenjang (ordinal). Skala pengukuran ordinal memberikan informasi tentang jumlah relative karakteristik berbeda yang dimiliki oleh subjek atau individu tertentu. Tingkat pengukuran ini memberikan informasi apakah suatu objek memiliki karakteristik yang lebih atau kurang tetapi bukan berapa banyak kekurangan dan kelebihan (Noor, 2011).

Menurut Azwar (2016) kategorisasi jenjang (ordinal) merupakan kategorisasi yang menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Lebih lanjut Azwar (2016) menjelaskan bahwa cara pengkategorian diperoleh dengan membuat kategori skor subjek berdasarkan besarnya satuan deviasi standar populasi (σ). Karena kategorisasi ini bersifat relatif, maka luasnya interval yang mencakup setiap kategori yang diinginkan dapat ditetapkan secara subjektif selama penetapan itu berada dalam batas kewajaran dan dapat diterima akal. Deskripsi data hasil penelitian tersebut dapat dijadikan batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi.

a. Skala Kepercayaan Diri

Penulis menguraikan analisis secara deskriptif terhadap skala kepercayaan diri berupa analisis hipotetik untuk melihat kemungkinan yang terjadi di lapangan,

serta analisis empirik untuk melihat keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Deskripsi data hasil penelitian pada tabel 4.5.

Tabel 4.5
Deskripsi Data Penelitian Skala Kepercayaan Diri

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Kepercayaan diri	64	16	40	13,3	64	19	49,3	6,4

Keterangan Rumus Skor Hipotetik:

- 1) Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.
- 2) Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.
- 3) Mean (M) dengan rumus $\mu = (\text{skor maks} + \text{skor min})/2$.
- 4) Standar Deviasi (SD) dengan rumus $s = (\text{skor maks} - \text{skor min})/6$

Berdasarkan hasil uji coba statistik data penelitian pada tabel 4.5 di atas, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah 16, maksimal 64, nilai rerata 40, dan standar deviasi 13,3. Sedangkan data empirik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah sebesar 19, maksimal 64, nilai rerata 49,3, dan standar deviasi 6,4. Deskripsi data hasil penelitian tersebut, dijadikan sebagai batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal). Berikut rumus pengkategorian pada skala Kepercayaan Diri.

$$\begin{aligned} \text{Rendah} &= X < M - 1SD \\ \text{Sedang} &= M - 1SD \leq X < M + 1SD \\ \text{Tinggi} &= M + 1SD \leq X \end{aligned}$$

Keterangan:

M = Mean (rata-rata)

SD = Standar deviasi

X = Rentang butir pernyataan

Tabel 4.6
Kategorisasi Skala Kepercayaan Diri pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry

Kategori	Interval	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Rendah	$X < 42,9$	67	17,8%
Sedang	$42,9 \leq X < 55,7$	292	77,7%
Tinggi	$55,7 \leq X$	17	4,5 %
		376	100%

Hasil kategorisasi kepercayaan diri pada tabel 4.6 di atas, menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa UIN Ar-Raniry memiliki kepercayaan diri dalam tingkatan sedang, yaitu sebanyak 292 mahasiswa (77,7%), sedangkan sisanya berada pada kategori rendah 67 mahasiswa (17,8%), dan pada kategori tinggi sebanyak 17 mahasiswa (4,5%).

b. Skala Perilaku Konsumtif

Penulis menguraikan analisis secara deskriptif terhadap skala perilaku konsumtif berupa analisis hipotetik untuk melihat kemungkinan yang terjadi di lapangan, serta analisis empirik untuk melihat keadaan yang sebenarnya terjadi di lapangan. Deskripsi data hasil penelitian dapat dilihat pada tabel 4.7.

Tabel 4.7
Deskripsi Data Penelitian Perilaku Konsumtif

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	Xmaks	Xmin	Mean	SD	Xmaks	Xmin	Mean	SD
Perilaku Konsumtif	120	30	75	25	120	47	90,9	16

Keterangan Rumus Skor Hipotetik:

- 1) Skor maksimal (Xmaks) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.
- 2) Skor minimal (Xmin) adalah hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.
- 3) Mean (M) dengan rumus $\mu = (\text{skor maks} + \text{skor min})/2$.
- 4) Standar Deviasi (SD) dengan rumus $s = (\text{skor maks} - \text{skor min})/6$

Berdasarkan hasil uji coba statistik data penelitian pada tabel 4.7 di atas, analisis deskriptif secara hipotetik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah 30, maksimal 120, nilai rerata 75, dan standar deviasi 25. Sedangkan data empirik menunjukkan bahwa jawaban minimal adalah sebesar 47, maksimal 120, nilai rerata 90,9, dan standar deviasi 16. Deskripsi data hasil penelitian tersebut, dijadikan sebagai batasan dalam pengkategorian sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal). Berikut rumus pengkategorian pada skala Perilaku Konsumtif.

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

Tabel 4.8
Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry

Kategori	Interval	Frekuensi (n)	Persentase (%)
Rendah	$X < 74,9$	85	22,6%
Sedang	$74,9 \leq X < 106,9$	283	75,3%
Tinggi	$106,9 \leq X$	8	2,1 %
		376	100%

Hasil kategorisasi kepercayaan diri pada tabel 4.8 di atas, menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa UIN Ar-Raniry memiliki perilaku konsumtif dalam tingkatan sedang, yaitu sebanyak 283 mahasiswa (75,3%), sedangkan sisanya berada pada kategori rendah 85 mahasiswa (22,6%), dan pada kategori tinggi sebanyak 8 mahasiswa (2,1%).

2. Uji Prasyarat

Langkah pertama yang dilakukan untuk menganalisis data penelitian adalah uji prasyarat. Uji prasyarat diperlukan untuk mengetahui apakah analisis data untuk pengujian hipotesis dapat dilanjutkan atau tidak (Noor, 2011).

a. Uji Normalitas Sebaran

Hasil uji normalitas dari kedua variabel penelitian (kepercayaan diri dan perilaku konsumtif) dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.9
Uji Normalitas Sebaran Data Penelitian

No.	Variabel penelitian	Skewness	Kurtosis
1.	Kepercayaan Diri	-1,504	2,506
2.	Perilaku Konsumtif	-1,145	0,068

Berdasarkan data tabel 4.9 di atas, memperlihatkan bahwa variabel kepercayaan diri berdistribusi tidak normal dengan uji statistik Skewness = -1,504 dengan Kurtosis 2,506 ($-2 < \text{skewness} & \text{kurtosis} > 2$), dan juga pada variabel perilaku konsumtif diperoleh sebaran data yang berdistribusi secara normal dengan uji statistik Skewness = -1,145 dengan Kurtosis 0,068 ($-2 < \text{skewness} & \text{kurtosis} > 2$). Data dinyatakan normal apabila nilai Skewness dan Kurtosis berada pada rentang di atas nilai -2 sampai rentang nilai 2 ($-2 < \text{skewness} & \text{kurtosis} > 2$) (Hartono, 2008). Variabel kepercayaan diri pada tidak berdistribusi normal sehingga hasil hasil penelitian ini tidak dapat di generalisasikan ke populasi.

b. Uji Linearitas Hubungan Data Penelitian

Hasil uji linearitas hubungan yang dilakukan terhadap dua variabel penelitian ini diperoleh sebagaimana yang tertera pada tabel 4.10.

Tabel 4.10
Uji Linearitas Hubungan Data Penelitian

Variabel Penelitian	<i>F Linearity</i>	ρ
Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif	248,582	0,000

Berdasarkan data tabel 4.10 di peroleh *F Linearity* kedua variabel yaitu $F = 248,582$ dengan $P = 0,000$ ($P < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada sampel penelitian.

3. Uji Hipotesis

Setelah uji prasyarat terpenuhi, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah melakukan uji hipotesis dengan menggunakan analisis korelasi Pearson. Metode ini digunakan untuk menganalisis hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada sampel penelitian. Hasil analisis hipotesis dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.11
Uji Hipotesis Data Penelitian

Variabel Penelitian	<i>Pearson Correlation</i>	ρ
Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif	0,572	0,000

Hasil pada tabel 4.11 di atas menunjukkan koefisien korelasi sebesar (r) = 0,572 yang merupakan korelasi positif, yaitu terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Hubungan tersebut mengartikan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada sampel penelitian, dan sebaliknya semakin rendah kepercayaan diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada sampel penelitian.

Hasil analisis penelitian ini juga menunjukkan nilai signifikan sebesar $P = 0,000$ ($P < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis penelitian diterima yaitu adanya hubungan sangat signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada sampel penelitian.

Hasil analisis pada penelitian ini juga menunjukkan sumbangan relatif dari kedua variabel yang dapat dilihat dari analisis *Measures of Association*. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa nilai *R Square* (R^2) = 0,327 yang artinya terdapat 32,7% pengaruh kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif, sementara 67,3% dipengaruhi oleh faktor lain.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada sampel penelitian. Analisis korelasi sebesar $r = 0,572$ dan $P = 0,000$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada subjek penelitian, hasil uji korelasi tersebut bertolak belakang dengan asumsi peneliti dimana Peneliti mengasumsikan terdapat hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada subjek penelitian, Artinya, semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pada subjek penelitian. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada sampel penelitian. Namun pada hasil penelitian ini terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada subjek penelitian, semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtifnya.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa rata-rata sampel penelitian yang melakukan perilaku konsumtif dalam tingkatan sedang sebanyak 283 mahasiswa (75,3%), sedangkan sisanya berada di tingkatan rendah 85 mahasiswa (22,6%) dan tingkatan tinggi sebanyak 8 mahasiswa (2,1%). Sedangkan untuk kepercayaan diri, dalam tingkatan sedang sebanyak 292 mahasiswa (77,7%), sisanya dalam tingkatan rendah sebanyak 67 mahasiswa (17,8%) dan tinggi 17 mahasiswa (4,5%). Artinya mahasiswa yang memiliki kepercayaan diri dan melakukan perilaku konsumtif berada pada tingkatan rendah, dari hasil kategorisasi terlihat bahwa lebih banyak mahasiswa yang memiliki tingkat kepercayaan diri rendah dibandingkan yang tinggi sedangkan perilaku konsumtifnya juga lebih banyak berada pada kategori rendah daripada tinggi sehingga dapat diasumsikan terdapat hubungan positif walaupun hal tersebut bertolak belakang dengan hasil peneliti.

Hal ini sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Ifdil, (2017) Kepercayaan diri merupakan sikap yang mencerminkan rasa senang sehubungan dengan kenyataan diri sendiri. Sikap tersebut merupakan perwujudan dari kepuasan terhadap kualitas kemampuan diri yang nyata. Remaja yang puas pada kualitas dirinya akan cenderung merasa aman, tidak kecewa dan tahu apa yang dibutuhkannya, sehingga dapat mandiri dan tidak bergantung pada orang lain dalam memutuskan segala sesuatu secara objektif. Remaja yang percaya diri juga cenderung mempunyai gambaran dan konsep diri yang positif. Sehingga ketika kepercayaan dirinya tinggi maka akan mempengaruhi keputusan dalam membeli barang-barang yang menunjang penampilannya namun hal tersebut tidak terjadi

pada mahasiswa UIN Ar-Raniry karena pada kategorisasi tingkat rendah sehingga perilaku konsumtif juga rendah mungkin mereka merasa tidak cukup dirinya baik untuk meningkatkan belanjanya, karena kurangnya percaya diri dia tidak membeli.

Hal tersebut mungkin terjadi karena karakteristik mahasiswa UIN Ar-Raniry responden dalam penelitian, kurangnya kepercayaan diri karena berada di antara lingkungan kampus yang bergengsi (Universitas Syiah Kuala) dengan lingkungan kampus yang biasa ternyata tidak mempengaruhi perilaku konsumtifnya bukan karena rasa kepercayaan dirinya rendah mahasiswa berbelanja tetapi karena ingin meningkatkan kepercayaan dirinya mereka berbelanja, ingin sejajar dengan kampus yang lain ingin lebih meningkatkan kepercayaan dirinya dengan melakukan belanja. Hasil penelitian ini diperoleh nilai $R^2 = 0,327 \%$ artinya kepercayaan diri berkontribusi terhadap perilaku konsumtif sebesar 0,372 saja sehingga perilaku konsumtif yang muncul lebih dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif misalnya motivasi yaitu pendorong perilaku orang dalam melakukan pembelian, harga diri orang yang harga dirinya rendah akan mudah dipengaruhi, kepribadian sangat berpengaruh pada perilaku pengambilan keputusan dan kepercayaan diri mampu mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif. Berdasarkan kategorisasi di atas individu memiliki tingkat kepercayaan diri dan perilaku konsumtif rendah, sebab untuk lebih meningkatkan kepercayaan diri maka harus meningkatkan perilaku konsumtifnya dengan melakukan pembelian tidak didasarkan kebutuhan melainkan keinginan. Dan sebaliknya jika kepercayaan dirinya rendah perilaku konsumtifnya juga

rendah mungkin adanya kendala, karena kurangnya percaya diri dia tidak meningkatkan belanjanya.

Hal ini sesuai dengan hasil yang dikemukakan oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Thalib, (2015) diperoleh hasil ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan diri remaja dan perilaku membeli *smartphone*, terdapat hubungan yang positif artinya semakin baik kepercayaan diri remaja maka semakin tinggi perilaku membeli *smartphone* pada remaja. Sebaliknya semakin kurang baik kepercayaan diri remaja, maka semakin rendah pula perilaku membeli *smartphone* pada remaja.

Hal senada yang dikemukakan oleh Rombe (2014) bahwa kepercayaan diri mampu mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif. Kepercayaan diri yang dilakukan oleh seseorang mampu menumbuhkan perilaku konsumtif, terlebih kepercayaan dirinya muncul dari internal dan di dorong oleh penampilan atau dari barang-barang yang digunakannya. Hal tersebut selaras dengan yang dikemukakan oleh Sumartono (dalam Kusuma & Afdliah, 2012) bahwa demi menumbuhkan rasa percaya diri, tampil eksklusif dan modis mendorong konsumen untuk mencoba segala sesuatu yang diidolakannya sehingga menimbulkan perilaku konsumtif yang berlebihan, lepas kendali, tidak sadar realitas kebutuhan dan manfaat produk akibat sekedar terbius gengsi.

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan, yaitu pendekatan penelitian secara kuantitatif yang digunakan hanya diinterpretasikan dalam angka dan persentase yang kemudian di deskripsikan berdasarkan hasil yang di peroleh, sehingga tidak mampu melihat lebih luas dinamika psikologis yang terjadi di

dalam prosesnya. uji normalitas sebaran menggunakan Skewness – Kurtosis, hasil uji normalitas Kurtosis pada variabel kepercayaan diri tidak normal dan mendapatkan hasil 2,506 (rentang antara +2 sampai dengan -2) sehingga penelitian tersebut terbatas hanya pada sampel penelitian saja, tidak dapat di generalisasikan pada jumlah populasi yang ada di sampel penelitian.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan sebelumnya, maka diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $(r) = 0,572$ dengan $p = 0,000$ dan $r \text{ squared} = 0,327$ (32,7%) sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan positif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Ar-Raniry. Artinya semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah kepercayaan diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka peneliti dapat menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa UIN Ar-Raniry yang menjadi responden perlu mengelola perilaku konsumtifnya, Namun perilaku konsumtif yang terlalu tinggi juga tidak baik bagi mahasiswa tersebut, terlebih pendapatan mahasiswa tidak sepenuhnya hasil kerja keras sendiri, dan sekalipun memiliki pendapatan sendiri, mahasiswa dianjurkan untuk berhemat atau mengalokasikan pendapatannya untuk kepentingan yang lain, khususnya pada kepentingan kuliah.

2. Bagi UIN Ar-Raniry

Instansi terkait harus lebih mengedepankan program/kegiatan yang dapat meningkatkan kepercayaan diri mahasiswa bukan berasal dari penampilan atau

gaya hidupnya. Instansi pendidikan yang berfokus pada pendidikan, harus dapat memfokuskan kelebihan seseorang dilihat dari kecerdasannya dalam dunia pendidikannya, bukan dalam penampilannya yang modis atau berkelas.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih dalam faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, agar menstimulus pembaca lainnya dalam meningkatkan kepercayaan diri bukan hanya karena faktor penampilan atau gaya hidup.



DAFTAR PUSTAKA

- Adinah & Yudho. (2016) Hubungan antara perilaku konsumtif pada produk X dengan citra diri remaja putri. *jurnal Mediapsi* Vol. 2, No. 1
- Agus, L. (2018). Hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif menggunakan produk pemutih wajah. Universitas Negeri Padang. *Jurnal Riset Psikologi*
- Alief, I, N. F. (2018). Hubungan Antara harga diri dengan perilaku konsumtif produk *fashion* bermerek pada siswa SMAN 3 Semarang. *jurnal Empati*, vol.7 (Nomor 2)
- Angraini T, R & Heru S, F. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada journal of Psychology*. Vol., No.3. ISSN: 2407-7798
- Astuti, E.D. (2013). Perilaku Konsumtif dalam Membeli Barang Pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. *Journal Psikologi*. Vol.1, No.2.
- Axsri, A. (2012). Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Babelan. *Jurnal: Universitas Negeri Jakarta*. Vol.1, No.1.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2016). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar. (2013). *Tes Prestasi Edisi 2*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Azwar. (2015). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bagas, T. (2018) Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*. Vol.7. No.2
- Bungin, B. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Prenadamedia
- Chrisnawati D & Abdullah, M, S. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian. *Jurnal Spirit*. Vol.2, No.1. ISSN : 2087-7641
- Engel, F. J. Blackweel, D. R. Miniard, W. P., (1994). *Perilaku Konsumen*. Jilid edisi ke enam, Jakarta: Binarupa Aksara Jakarta.

- Fatihuddin. (2015). *Metode Penelitian untuk Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi: Dari Teori ke Praktek*. Surabaya: Penerbit PPs UM
- Febriana, G., Ahmad, D. (2016). *Hubungan antara harga diri dengan kepercayaan diri mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*. Naskah publikasi. Surakarta: Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Field, A. P. (2009). *Discovering Statistic using SPSS : (and sex, drugs and rock”in” roll) (3rd ed)*. Los Angeles : SAGE Publications
- Gumulya, J, dan Mariyana W. (2013). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*. Volume 11 Nomor 1. Jakarta: Universitas Esa Unggul.
- Gunawan. (2016). *Statistika Inferensial*. Jakarta : Rajawali Pers
- Hanief, Y.N, & Himawanto, W. (2017). *Statistik Pendidikan*. Yogyakarta: Deepulish.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi. *Jurnal: Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*. Vol.11, No.1.
- Hidayat, K. & Bashori K. (2016). *Psikologi Sosial Aku, Kami, dan Kita*, Yogyakarta : Penerbit Erlangga
- Hurlock, E.B. (1999). *Psikologi perkembangan suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan*. Edisi 5. Surabaya. PT. Gelora Aksara Pratama Erlangga.
- Ifdil, I., Denich, A.U.& Ilyas, A. (2017). Hubungan Body image dengan kepercayaan diri remaja putri. *Jurnal kajian bimbingan dan konseling*, 2(3), 107-113.
- Irmasari, D. (2011), Oktober 23. Dampak Positif dan Negatif dari Perilaku Konsumtif. Diakses Mei 23, (2021), dari <http://gunadarma.ac.id/>.
- Kusuma, A., R. & Afdliah, R. (2012). Hubungan Kepercayaan Diri Dan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. *Jurnal Psikostudia Universitas Mulawarman*, 1(1), 17-30.
- Lestari, E, dkk. (2017). *Perilaku konsumtif di kalangan remaja*. *Jurnal riset tindakan Indonesia*. Vol.2, No.2
- Lina & Rosyid (1997). Perilaku Konsumtif berdasarkan Locus of Control pada remaja putri. *Jurnal: Universitas Gadjah Mada*. Vol.4, No.2.

- Loudon, D.L., & Bitta, Albert J.D. (1993). *Consumer Behavior Concepts and Applications* (4th ed). New York: McGraw-Hill.
- Minanda, A, dkk. (2018). Perilaku konsumtif belanja online pada mahasiswa fakultas ilmu social dan ilmu politik universitas halu oleo Kendari. Vol. 3, No. 2. ISSN : 2503-359X
- Murbani, B. (2010). Hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Ningsih, A.S., & Bawono, Y. (2016). Hubungan antara Perilaku Konsumtif Pada Produk x dengan Citra Diri Remaja Putri. *Jurnal: Universitas Trunojoyo*. Vol.2, No.1.
- Pranoto, W., & Mahardayani, I.H. (2010). Perilaku Konsumen Remaja Menggunakan Produk Fashion Bermerek Ditinjau Dari Kepercayaan Diri. *Jurnal: Universitas Muria Kudus*. Vol.1, No.1
- Priyatno, D (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS Praktis dan Mudah dipahami untuk Tingkat Pemula dan Menengah*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Purnomo S, (2011). *Pandangan masyarakat terhadap mahasiswa*. Erlangga. Jakarta.
- Ramadhani,T.N. Putrianti,F.G. (2014). Hubungan antara kepercayaan diri dengan citra diri pada remaja akhir. Vol.4, No 2
- Regiana, (2018). Perilaku Konsumtif Pelajar Sekolah Menengah Atas (SMA). *Jurnal Sosiologi Nusantara*. Vol.4 No. 1
- Rombe, S. (2014). Hubungan Body Image dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda. *Jurnal: Psikologi*. Vol.2, No.1.
- Rutjee, (2009). *Seputar tentang kehidupan mahasiswa*. Jakarta. Erlangga.
- Santrock, J. W. (2002). *Adolescence: perkembangan remaja* (Edisi ke-6). Jakarta: Penerbit Erlangga
- Shafatallah. (2012). Hubungan antara harga diri mahasiswa baru dengan perilaku konsumtif remaja universitas islam negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang. Skripsi. Fakultas psikologi.
- Sudarji, S. (2017). Hubungan antara Nomophobia dengan Kepercayaan Diri. *Jurnal: Universitas Bunda Mulia*. Vol.10. No.1.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Penerbit Alfabeta

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta

Thalib, S., Z., P (2015). Hubungan Kepercayaan diri dengan Perilaku Membeli Smartphone pada Remaja. *Jurnal Psikologi*

Velia, E. (2021). Analisis Faktor Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* Produk *Fashion* saat pandemi pada Mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*. Vol.4. No.2



SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI UIN AR-RANIRY

Nomor : B-703/Un.08/FPsi/Kp.00.4/06/2021

TENTANG

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

DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI

- Menimbang : a. Bahwa untuk kelancaran bimbingan Skripsi Mahasiswa Semester Genap Tahun Akademik 2020/2021 pada Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry, dipandang perlu menetapkan pembimbing skripsi;
b. Bahwa nama yang tercantum dalam Surat Keputusan ini dipandang mampu dan cakap diberi tugas sebagai Pembimbing Skripsi.
- Mengingat : 1. Undang-Undang No.20 tahun 2003, tentang Sistem Pendidikan Nasional;
2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2005, tentang Guru dan Dosen;
3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012, tentang Pendidikan Tinggi;
4. Peraturan Pemerintah Nomor 19 Tahun 2005, tentang Standar Pendidikan Nasional;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 37 Tahun 2009, tentang Dosen;
6. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014, tentang Penyelenggara Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi;
7. Peraturan Pemerintah Nomor 53 Tahun 2010, tentang Disiplin Pegawai Negeri Sipil;
8. Peraturan Presiden RI Nomor 64 Tahun 2013, tentang Perubahan IAIN Ar-Raniry Banda Aceh menjadi UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
9. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 12 Tahun 2014, tentang organisasi dan tata kerja UIN Ar-Raniry;
10. Keputusan Menteri Agama No.89 Tahun 1963, tentang Penetapan Pendirian IAIN Ar-Raniry;
11. Keputusan Menteri Agama No. 40 Tahun 2008 tentang Statuta IAIN Ar-Raniry;
12. Surat Keputusan Rektor UIN Ar-Raniry Nomor: 01 Tahun 2015, tentang Pendelegasian Wewenang Kepada Dekan dan Direktur PPs di lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
13. Hasil Penetapan Ketua Prodi Psikologi tanggal 30 April 2021.
14. Hasil Masukan dari Dosen Pembimbing, dan ditetapkan kembali oleh Ketua Prodi Psikologi UIN Ar-Raniry pada tanggal 3 Juni 2021.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : Surat Keputusan Dekan Fakultas Psikologi tentang Pembimbing Skripsi.
- Pertama : Menunjuk Saudara 1. Dr. Safrilsyah, S.Ag., M.Si Sebagai Pembimbing Pertama
2. Vera Nova, S.Psi., M.Psi., Psikolog Sebagai Pembimbing Kedua
- Untuk membimbing Skripsi:
- Nama : Nita Oktavianika
NIM/Prodi : 170901107 / Psikologi
Judul : Hubungan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa UIN Ar-Raniry
- Kedua : Kepada Pembimbing yang tercantum namanya di atas diberikan honorarium sesuai dengan peraturan yang berlaku;
- Ketiga : Pembiayaan akibat keputusan ini dibebankan pada dana DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2021.
- Keempat : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan, sesuai dengan ketentuan bahwa segala sesuatu akan diubah dan diperbaiki kembali sebagaimana mestinya, apabila kemudian ternyata terdapat kekeliruan dalam penetapan Surat Keputusan ini.
- Kelima : Surat Keputusan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Banda Aceh
Pada Tanggal : 3 Juni 2021 M
22 Syawal 1442 H

Dekan Fakultas Psikologi,


Salami

Tembusan :

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

Kepercayaan Diri

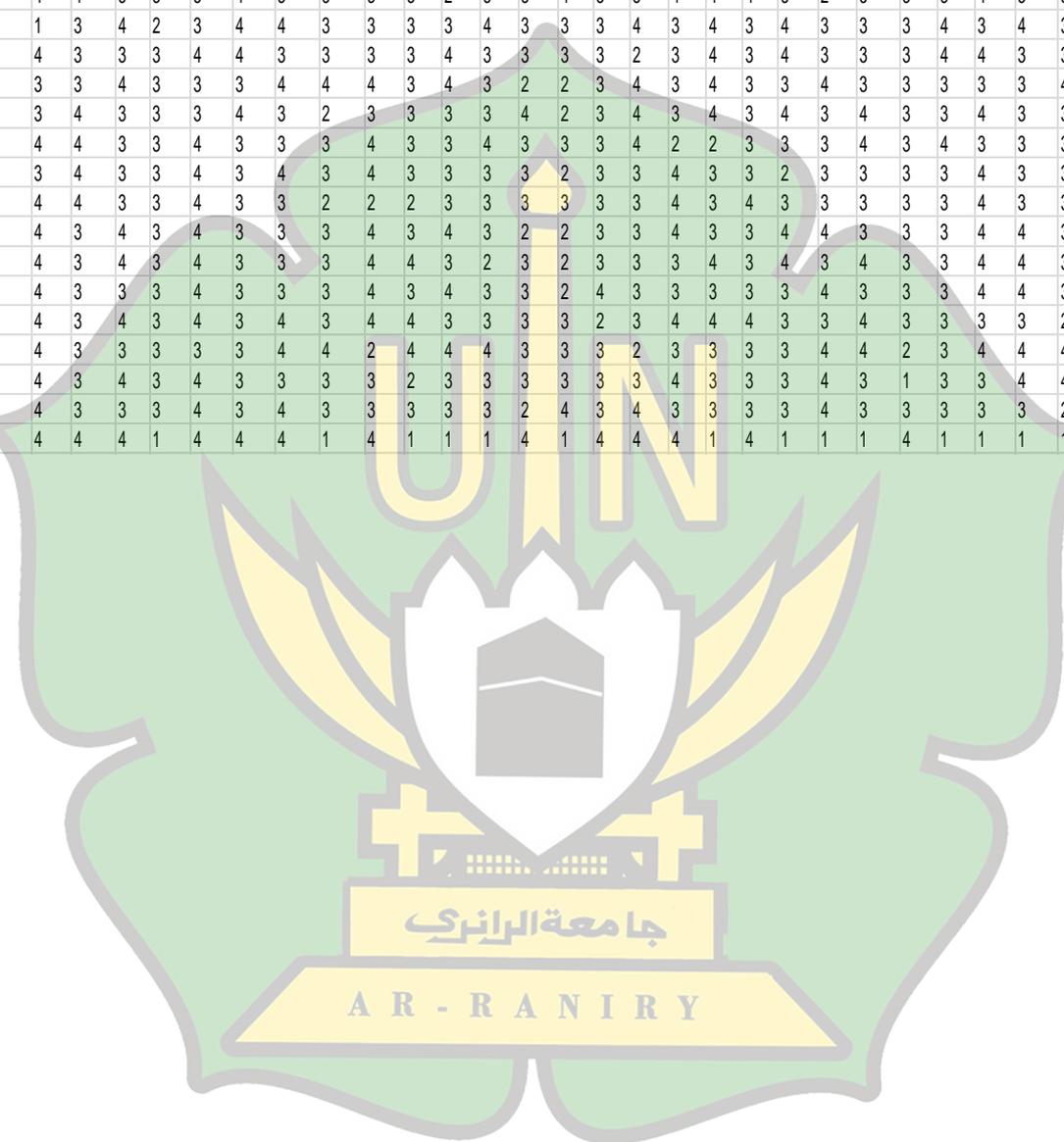
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	4	1	3	3	3	4	87	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	82	
4	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	4	1	3	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	87	
3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	1	4	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	3	3	4	3	98	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	90	
2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	74	
2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	78	
2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	78	
3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	4	4	3	2	1	4	3	4	3	4	3	4	4	101	
3	4	3	4	4	3	4	3	3	2	2	4	3	2	2	2	4	4	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	91	
2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	1	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	106	
3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	1	3	2	3	4	3	3	3	2	1	2	4	2	2	3	2	4	87	
2	4	2	3	2	2	4	4	3	2	1	4	2	1	3	2	3	3	3	2	3	4	4	3	4	1	3	1	4	2	81	
3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	86	
3	3	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	1	4	2	3	4	4	4	1	2	4	2	4	2	4	4	4	3	97	
3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	2	1	3	4	3	2	4	2	3	3	83	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	84	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	83	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	82	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	79	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	80	
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	2	2	1	3	3	3	2	4	3	3	4	89	
2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	85	
2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	77	
4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	94	
2	3	3	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	88	
3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	84	
4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	1	4	4	4	4	4	1	4	3	4	3	4	2	3	102	
4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	98	
3	4	3	3	4	2	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	86	
3	4	4	4	4	2	3	3	4	1	4	3	3	1	4	1	4	4	4	1	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	90	
4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	2	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	104	
3	3	3	3	4	1	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	82	
3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	3	3	85		
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	86	
2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	4	3	3	2	3	1	4	3	4	2	4	3	3	2	84	
1	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	72	
2	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	3	4	1	3	2	4	4	4	2	3	4	4	1	3	3	3	3	4	4	97	
4	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	1	4	1	4	4	4	1	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	93	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	88	
2	3	4	4	3	2	3	3	3	1	3	2	2	2	3	1	3	3	3	2	3	2	3	2	3	1	2	2	2	2	74	
3	3	3	4	4	2	2	3	3	2	3	3	2	1	3	2	4	3	3	4	3	1	3	2	3	2	4	2	2	2	81	
3	3	3	3	4	1	2	3	3	4	3	3	2	2	3	2	4	3	3	2	3	1	2	3	4	2	2	3	3	2	81	
4	4	3	4	3	4	3	3	4	1	4	1	1	1	4	2	3	4	4	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	81	
4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	1	4	3	4	4	2	3	4	2	3	2	4	3	3	3	2	2	92	
3	4	3	4	4	2	2	3	4	4	2	3	4	1	1	1	4	3	3	4	1	1	4	3	3	3	2	3	3	3	85	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	86	
3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	1	4	4	3	3	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	91	
4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	78	
4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	1	3	2	4	3	4	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	96	
1	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	1	1	1	4	1	4	4	4	3	4	1	3	2	4	1	1	1	1	1	74	
2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	1	4	3	3	2	3	3	3	3	85	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	83	
4	4	4	3	4	2	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	4	1	3	3	1	2	81
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	3	1	4	1	4	4	4	1	4	1	1	1	4	1	1	1	1	1	83	
1	4	3	4	4	2	3	3	4	3	4	4	4	2	4	1	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	2	93	
4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2	2	3	3	85	
3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	78	
4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	1	91	
4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	4	3	105	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	1	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	1	103
3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	2	4	3	4	1	3	3	3	4	103	
3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	81	
3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	82	
3	4	3	4	4	2	2	4	3	2	4	4																				

4	2	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	2	2	1	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	86	
3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	1	2	2	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	95	
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	1	2	3	3	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	99		
2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	98		
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	1	2	3	2	1	1	3	2	2	2	3	1	2	3	4	82	
3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	1	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	4	3	4	87	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	1	4	1	1	1	4	1	1	2	1	88
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	1	3	3	4	3	3	95	
3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	2	3	4	4	3	4	101
3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	97
4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	1	1	2	2	1	1	78
3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	4	4	3	98	
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	2	3	4	4	100	
3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	96
3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	1	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	96
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	2	3	4	2	3	3	3	4	4	99	
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	101
4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	98
4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	96
4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	1	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	96	
4	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	96	
4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	100	
3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	1	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	94
3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	97
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	4	4	97	
3	3	4	3	4	3	3	4	3	1	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	94	
4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	97	
3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	99
4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	4	3	94	
3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	95	
3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	4	4	95	
3	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	99	
4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	4	3	4	98	
3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	98	
4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	99
3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	96	
3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	4	95	
3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	3	96	
3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	3	4	3	3	4	93		
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	2	4	3	3	4	98	
3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	99	
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	2	4	3	4	3	97	
4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	99	
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	95	
4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	96
4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	94		
3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	96		
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	97		
4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	98	
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	99		
3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	96		
3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	98		
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	94		
4	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	97		
4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	4	97		
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	4	3	4	95		
4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	93		
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	95		
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4	95		
4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	96		
3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	97		
3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	4	100		
3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	2	3	4	3	4	95		
4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	98		
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3																	

4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	94	
4	4	2	4	4	2	2	3	3	4	1	2	2	2	3	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	69
4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	99	
1	4	4	4	1	1	3	3	3	4	4	2	2	1	4	1	4	4	4	3	4	3	2	1	4	1	3	3	1	1	80
4	2	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	98	
4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	4	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	4	4	97	
3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	2	3	94	
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	1	1	4	3	3	109	
4	4	1	4	4	1	4	4	4	1	3	3	1	1	4	1	4	1	4	1	4	3	3	1	4	3	4	1	1	1	79
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	99	
4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	99	
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	98		
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	4	3	96	
1	3	3	4	4	1	3	4	4	1	4	1	1	1	4	4	4	3	4	1	4	4	1	4	4	1	4	4	4	1	86
4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	96	
4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	97
4	4	2	4	4	4	4	4	4	1	2	4	1	1	4	1	4	2	4	1	2	2	1	1	4	1	3	1	1	1	76
4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	96	
3	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	97	
4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	96	
3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	96	
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	98	
4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	94	
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	96	
4	3	4	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	98	
4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	95	
4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	96	
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	94
3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	97	
3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2	3	3	4	3	3	4	97	
4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	93	
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	96	
4	3	4	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	91	
4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	97	
3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	94	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	100	
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	95	
3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	1	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	108	
3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	92	
4	3	3	4	4	2	4	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	99	
3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	96	
4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	95	
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	96	
3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	98	
4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	4	96		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	92	
4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113	
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	110	
3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	95	
4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	96	
3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	96	
2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	83	
4	3	4	3	1	2	3	3	3	4	1	3	1	1	2	1	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	88	
1	3	3	3	3	4	4	3	2	1	4	2	2	3	4	2	3	3	4	2	3	3	2	1	3	3	3	2	2	80	
4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	99	
1	3	1	3	1	2	3	3	3	4	1	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	89	
4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	3	4	3	97		
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	98	
3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	101	
3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	93	
4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	2	1	4	4	3	3	3	4	3	4	98	
3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	97		
3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	96		
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	4	99	
4	2	4	4	4	3	4	3																							

4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3	3	4	4	100	
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	96	
4	2	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	95	
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	96	
3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	96		
4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	4	100	
3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	96	
3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	95	
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	99	
4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	97		
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	98	
4	3	4	3	2	1	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	95	
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	95	
4	3	3	4	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	4	3	4	97	
4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	2	3	4	4	3	99
4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	2	3	4	99	
3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	99	
3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	97	
4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	96	
4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	99	
3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	2	97	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	111	
4	3	4	3	2	2	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	98	
4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	97	
4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	98	
4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	97	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117	
4	4	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	97	
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	97	
4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	4	4	2	3	4	3	4	3	97	
4	3	4	1	4	3	4	4	3	3	4	1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	97	
4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	96	
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	1	3	4	3	3	3	4	4	4	3	97		
4	3	4	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	97	
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	98	
4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	95	
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	4	3	99		
4	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	101	
4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	98	
4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	2	3	3	2	3	98	
3	4	3	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	93	
3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	1	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	97	
4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	99	
4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	98	
4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	96	
4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	95	
4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	98	
3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	95	
4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	95	
1	3	4	3	1	2	3	3	3	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	1	4	4	4	4	4	99	
3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	97	
4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	98	
4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	97	
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	99		
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	94	
4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	95	
4	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	94	

4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	93	
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	4	100	
4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	100	
4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	1	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	98	
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	1	1	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	95	
4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	2	4	4	96	
4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	97	
4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	101
3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	100	
4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	102	
3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	98	
4	3	1	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	97	
4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	98	
4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	2	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	100	
3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	98	
4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	98	
4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	96	
4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	95	
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	100	
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	100	
4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	99	
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	100	
3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	100	
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	1	3	3	4	4	4	96	
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	95	
4	4	4	4	4	1	4	4	4	1	4	1	1	1	4	1	4	4	4	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	75	



Tabulasi Skala Perilaku Konsumtif (Y)

2	2	3	3	4	1	3	2	2	4	2	4	1	4	1	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	84		
2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	74		
4	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	78		
2	1	4	1	3	1	1	2	1	3	1	4	1	4	1	1	1	1	4	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	57	
2	3	3	2	2	4	3	2	2	3	2	4	1	4	1	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	1	3	1	3	2	74		
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	80		
2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	72	
3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	83	
4	1	2	1	2	3	1	1	2	1	1	4	2	4	1	3	2	1	3	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	4	1	3	3	64	
2	2	3	1	3	2	2	2	2	2	1	3	2	3	1	1	1	1	3	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	57
4	3	3	1	3	3	2	2	2	3	2	4	2	3	1	4	2	1	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	4	2	3	72	
3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	108	
1	1	4	1	1	3	1	1	1	4	1	3	1	4	1	2	1	1	4	4	3	1	1	1	2	1	1	1	4	1	3	1	60		
3	2	3	1	2	1	2	3	2	3	1	3	2	3	2	3	3	1	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	71		
4	1	4	1	2	2	1	1	1	2	1	4	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	4	56	
3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	1	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	2	2	2	69
2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	76	
2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	88	
2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	86	
3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	86	
3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	86	
2	2	3	1	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	2	2	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	68	
2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	78		
3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	85		
3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	1	72		
2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	75	
3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	76		
4	4	3	1	4	1	2	2	2	3	2	4	2	4	1	2	3	3	3	3	3	1	4	1	1	1	1	1	1	3	1	3	1	74	
4	2	2	1	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	2	2	1	3	1	2	1	3	1	3	2	73		
3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	72		
2	3	3	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	1	4	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	63		
2	1	3	1	1	3	1	1	1	3	1	4	1	2	1	4	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	2	3	53	
3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	78		
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	71		
3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	70	
2	2	4	1	4	3	2	4	3	2	2	4	3	3	2	3	2	2	3	3	4	1	3	4	2	2	2	1	3	1	4	3	84		
2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	80		
4	1	1	1	4	4	2	1	2	4	3	3	1	4	1	3	2	1	2	3	4	2	2	2	2	2	1	4	1	3	3	2	76		
2	1	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	76		
3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	4	2	3	1	3	2	1	3	2	4	2	1	3	2	1	2	1	3	3	3	2	72		
3	2	3	1	3	2	2	2	3	1	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	73		
3	1	4	1	3	2	1	1	2	3	3	1	3	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	3	61		
3	2	3	2	3	2	1	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	4	61		
4	1	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	80		
1	1	4	1	1	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	3	4	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	1	1	4	55	
2	2	3	1	4	2	3	2	2	4	1	3	1	3	2	3	2	1	3	3	3	2	1	2	3	3	4	2	3	2	3	4	79		
1	2	1	4	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	4	1	1	2	1	56		
4	2	2	1	2	3	2	1	1	3	1	3	3	3	1	3	2	1	3	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	60			
3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	81		
4	2	2	1	2	1	1	1	1	4	2	3	1	4	1	4	1	2	3	3	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	2	62		
2	1	1	1	4	1	1	2	2	3	3	2	3	2	4	4	1	1	4	1	4	1	4	1	2	1	4	2	3	2	4	2	73		
3	2	2	1	3	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	2	68	
2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	75		
3	1	2	2	4	4	3	1	3	3	1	2	4	3	2	4	4	3	3	2	4	4	2	2	4	3	3	1	1	2	4	1	85		
1	1	4	1	4	1	1	1	4	1	4	3	2	4	1	4	3	1	4	4	4	1	4	1	4	4	1	4	1	4	1	4	82		
2	2	3	1	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	1	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	70		
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	70		
2	3	3	2	3	2	4	2	1	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	4	2	2	1	2	1	4	1	4	1	3	1	72		
1	1	2	1	4	1	4	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	4	3	4	1	2	1	1	1	3	1	3	1	4	1	58		
1	1	1	1	4	1	4	1	1	1	1	2	1	3	1	2	2	1	3	2	4</														

3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	3	3	2	70		
1	1	4	1	1	4	1	3	1	3	1	2	1	2	1	4	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	53	
3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	79	
2	3	4	1	3	3	1	1	2	1	2	3	2	3	2	3	1	1	3	3	3	1	3	2	3	3	2	1	3	3	2	72		
2	2	4	1	3	1	1	1	2	3	2	3	2	3	1	2	2	2	4	1	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	58		
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	80	
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	80	
3	1	1	4	3	2	3	3	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	77	
4	1	3	1	3	3	3	1	1	1	2	2	2	2	2	3	4	1	2	1	4	3	4	1	4	1	2	1	4	1	3	1	71	
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	80	
3	1	3	2	2	3	2	2	1	2	1	3	2	3	1	3	3	2	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	4	1	2	3	72	
1	4	4	1	1	4	2	2	1	1	2	1	1	4	3	2	2	2	4	2	1	1	2	1	1	3	4	2	2	4	4	1	70	
2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	76	
3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	79	
4	1	2	1	4	1	1	1	2	1	4	3	1	3	2	1	4	1	4	1	4	1	4	1	1	1	3	2	1	2	1	4	1	66
3	2	3	3	1	2	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	4	3	2	3	2	3	1	78	
2	4	4	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	3	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	52
2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	80
3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	73
3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	4	4	1	4	4	4	3	4	2	4	1	4	1	4	1	4	3	4	1	94
2	1	2	1	2	3	2	1	1	1	1	3	1	2	1	3	2	1	3	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	2	1	52
1	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	108
3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	110
4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	106	
3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	81	
4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	4	2	4	3	4	2	4	3	4	4	108	
4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	1	3	4	2	4	2	1	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	106	
4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	109	
4	3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	4	3	4	3	4	1	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	88	
4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	109
4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	109
2	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	110
4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	3	4	116
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	1	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	110
4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	2	1	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	106
4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	2	4	110
3	1	3	1	4	4	3	1	3	4	4	4	2	4	4	3	1	1	1	4	1	1	2	3	4	2	4	2	4	1	4	2	3	85
4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	111	
4	3	3	3	3	1	3	3	1	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	103
4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	3	3	3	1	3	105	
4	3	4	2	4	3	2	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	100	
4	3	1	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	106	
4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	113	
4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	2	4	110
4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	4	4	109	
4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	2	1	4	4	107	
4	3	3	4	3	2	2	1	1	1	2	2	3	3	2	3	3	3	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	93	
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	2	2	4	3	3	4	4	2	4	4	3	4	4	107		
4	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3	2	2	1	3	2	3	4	3	4	100		
4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	114
4	2	4	2	2	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	111
4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	107
4	2	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	109
4	2	4	2	4	2	4	2	1	2	4	1	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	105
4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	2	3	3	4	3	4	108	
4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	4	106	
4	2	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	114	
4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	2	1	2	1	2	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	96	
4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	114	
4	3	4	3	3	3	3	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2</						

4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	2	3	4	110		
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	2	3	4	3	4	111		
4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	2	4	113		
4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	1	4	3	4	3	2	4	4	110		
4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	4	4	4	2	3	4	3	4	3	109		
4	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	110	
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	108	
3	1	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	111	
4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	4	1	3	4	4	3	3	4	3	4	3	109	
4	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	3	2	1	2	1	2	1	3	3	4	99	
4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	106	
4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	114	
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	4	3	4	4	4	1	4	2	4	3	112	
4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	2	110	
4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	4	4	4	4	108	
4	2	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	108	
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	104
4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	2	107	
4	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	105
3	3	3	1	4	3	4	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4	4	102
4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	4	3	4	2	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	111	
4	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	113
4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	2	111
4	3	4	3	4	3	3	1	2	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	3	4	4	104	
4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	1	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	113	
4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	106	
4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	4	2	105	
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	104	
3	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	106	
4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	2	4	3	3	4	3	108
4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	100	
4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	2	2	3	3	3	109
4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	101	
4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	2	3	3	4	3	3	4	3	103	
4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	108	
4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	4	2	4	3	4	108	
4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	4	3	2	4	3	4	3	3	102	
3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	102	
4	3	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	109	
4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	104	
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	4	105
4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	105	
4	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	105	
4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	103	
4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	4	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	107	
4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	1	2	103	
4	2	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	105	
4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	104	
3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	108	
4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	98	
4	3	3	4	2	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	4	106	
4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	4	4	2	3	3	4	108		
4	3	4	3	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	107	
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	102	
4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	102		
4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	108	
4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	103	
4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	3	106	
4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	102	
4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	4	107		
4	3	3	3	4	3	3	4																										

3	2	3	3	4	3	4	2	4	1	2	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	4	1	4	1	4	4	3	3	93	
4	3	4	3	4	3	3	3	1	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	105	
4	1	1	1	4	1	3	1	2	1	1	4	2	4	4	3	4	1	2	1	4	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	1	84	
4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	106		
4	2	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	106		
4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	3	2	109	
4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	1	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	114	
1	3	1	1	4	4	4	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	4	1	3	3	4	4	4	1	89	
4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	106	
4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	96		
4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	104	
4	3	3	4	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	100	
4	1	1	1	4	1	4	1	1	1	1	4	1	4	1	3	3	2	4	1	4	3	2	2	2	2	3	1	2	1	4	1	70	
4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	99		
4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	102	
4	1	1	1	4	4	4	1	4	1	3	4	4	4	3	4	4	1	1	1	4	1	4	4	4	1	4	1	4	3	4	1	89	
4	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	105	
4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	98	
3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	103	
4	3	4	3	4	3	3	3	2	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	106	
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	2	99	
4	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	3	4	103	
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	105	
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	4	105
4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	105	
4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	108	
4	2	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	104	
4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	104	
4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	108	
3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	2	4	4	4	3	3	4	107
4	3	3	3	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	3	3	3	4	105	
4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	107	
4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	2	4	3	3	2	4	107	
4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	103	
3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	114
4	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	101	
3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	112	
4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	3	4	106
4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	2	104	
4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	2	1	3	3	4	3	2	4	1	3	3	3	3	3	3	3	1	92	
4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	100	
3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	104	
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	2	2	103	
4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	117	
3	2	3	1	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	101	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	128	
4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	3	3	109
4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	117
4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	115	
4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	104	
4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	4	105	
4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	103	
3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	75
3	2	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	71	
3	4	4	2	4	2	1	1	4	4	4	4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	1	99	
4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	104	
1	4	3	4	3	4	3	4	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	3	2	3	4	3	4	4	3	4	1	79	
4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	109	
4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	103	
4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99	
3	2	1	2	3	1	4</																											

4	3	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3	3	112			
4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	112			
3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	2	3	3	3	4	108	
4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	110			
4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	4	3	4	3	3	4	4	3	111		
4	3	3	4	3	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	111	
4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	2	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	107	
4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	2	112		
4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	114	
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	114	
4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	113	
4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	4	4	4	109	
4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	114	
4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	107	
4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	2	3	4	110
4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	107	
4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	109	
4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	2	4	2	2	3	4	4	115	
4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	111	
4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	114	
4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	2	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	114	
4	3	3	3	4	2	4	2	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	108	
4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	4	2	4	3	3	3	109	
4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	108	
4	3	4	3	4	2	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	115	
4	1	4	1	4	2	4	2	3	2	3	2	3	1	2	1	1	4	1	4	1	1	4	1	3	3	4	1	4	1	3	1	76	



IDENTITAS DIRI

Nama (Inisial) :

Jenis Kelamin :

Usia :

Leting/Angkatan :

Fakultas :

Asal Daerah :

Jika anda berbelanja melalui Online shop, online shop apa yang sering anda gunakan :

Kuesioner ini ditujukan kepada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuesioner ini, sehingga saudara (i) diharapkan mengisi jawaban sesuai dengan yang dirasakan saat ini/yang pernah dialami dengan sejujur-jujurnya. Data dan informasi yang telah diberikan akan digunakan untuk kepentingan penelitian dan dijamin kerahasiaannya. Atas kesediaan dan partisipasinya saya ucapkan terimakasih.

Beikan tanda cek (√) pada kolom yang sesuai dengan jawabanmu

Skala Kepercayaan Diri

NO	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merasa bahwa saya memiliki wajah yang cantik				
2	Walaupun bentuk badan saya berbeda dengan teman-teman, saya tetap dapat bergaul dengan baik				
3	Ketika teman saya berkata kasar saya menasehatinya				
4	Saya berani bertanggung jawab atas kesalahan yang saya lakukan				
5	Saya menabung untuk mendapatkan apa yang saya inginkan				
6	Saya merasa memiliki wajah tidak begitu menarik dibandingkan teman-teman saya				
7	Saya yakin keberadaan saya selalu diterima dilingkungan manapun				
8	Jika teman saya berprestasi saya akan memujinya				

9	Jika saya berbuat salah saya akan mengakuinya				
10	Saya tidak menabung sehingga tidak mendapatkan apa yang saya inginkan				
11	Saya yakin dapat mengerjakan tugas sendiri meskipun sulit				
12	Saya merasa teman-teman kurang dapat menerima saya karena keadaan fisik saya yang kurang baik				
13	Saya kurang senang menerima kritikan dari orang lain mengenai diri saya				
14	Saya menerima resiko atas perbuatan yang saya lakukan				
15	Saya selalu mempersiapkan diri untuk kemungkinan buruk terhadap keinginan yang tidak terwujud				
16	Saya membutuhkan bantuan orang lain dalam menyelesaikan masalah				
17	Saya yakin usaha yang saya lakukan akan berhasil				
18	Jika ada yang berbuat salah, saya akan menegurnya meskipun dia adalah teman dekat saya				
19	Saya berani mengakui kesalahan meskipun kesalahan itu tidak disengaja				
20	Saya tidak dapat menerima kegagalan dengan lapang dada yang mengakibatkan stres berlebihan				
21	Saya berani menyatakan pendapat saya tanpa harus meminta masukan orang lain				
22	Saya merasa khawatir tentang masa depan saya				
23	Saya mengikuti kemauan teman saya meskipun itu salah				
24	Saya membela diri jika ada yang menyalahkan saya karena perbuatan saya yang salah				
25	Ketika terjadi peristiwa buruk, saya memahaminya dengan sebab akibat				
26	Saya butuh orang lain dalam menyampaikan pendapat saya				
27	Saya merasa usaha yang saya lakukan akan mengalami kegagalan				
28	Dari pada saya dimusuhi lebih baik saya tidak menegur teman saya meskipun ia telah berbuat salah				
29	Saya mencari alasan jika berbuat salah, agar tidak dihukum				
30	Saya acuh tak acuh ketika hal buruk terjadi pada saya				

Skala Perilaku Konsumtif

NO	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya hanya membeli produk yang ada poin				
2	Saya tidak membeli produk yang mendapatkan <i>voucher</i> jika saya tidak membutuhkan produk tersebut				
3	Saya sering menggunakan sabun dengan merek yang berbeda				
4	Saya tidak minder membeli produk lokal apabila saya nyaman memakainya				
5	Saya membeli produk yang kemasannya berwarna menarik				
6	Saya tidak akan membeli produk dengan harga mahal meskipun saya suka				
7	Saya membeli barang mewah untuk menunjang penampilan saya				
8	Saya membeli produk tidak percaya pada iklan namun sesuai kebutuhan				
9	Saya membeli produk yang digunakan oleh artis favorit saya				
10	Saya tidak memikirkan poin atau <i>voucher</i> pembelian, sewaktu berbelanja produk yang saya butuhkan				
11	Saya membeli produk berhadiah walaupun saya tidak membutuhkannya				
12	Saya tetap membeli produk yang kemasannya tidak dibungkus dengan rapi				
13	Saya sering membeli produk yang digunakan oleh selebgram idola saya				
14	Saya membeli produk tanpa memperhatikan kemasan produk tersebut				
15	Saya membeli produk atas dasar kemewahan semata				
16	Saya tidak tertarik dengan produk mahal, meskipun barang tersebut dapat meningkatkan kepercayaan diri saya				
17	Saya membeli produk dengan brand ternama				
18	Ketika membeli suatu produk, saya lebih memikirkan manfaat dan kegunaannya daripada harga				
19	Saya sering menggunakan produk yang sejenis meskipun dengan brand yang berbeda				
20	Saya tidak menggunakan produk fashion sejenis dengan merek yang berbeda				
21	Saya membeli produk dengan logo yang dikenal				

	banyak orang				
22	Saya tidak peduli dengan merek apa yang saya beli karena yang penting nyaman untuk saya gunakan				
23	Saya lebih suka membeli produk-produk yang memiliki brand untuk menarik perhatian orang lain				
24	Saya tidak membeli produk yang digunakan oleh orang lain, jika saya tidak membutuhkannya				
25	Saya membeli produk yang diiklankan walaupun harganya mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri				
26	Saya lebih suka membeli produk yang nyaman dipakai dari pada mengutamakan tampil glamor				
27	Saya membeli barang-barang yang mahal untuk meningkatkan rasa percaya diri				
28	Saya membeli produk atas dasar kenyamanan bukan atas dasar brand				
29	Saya menggunakan produk yang <i>original</i> walaupun harganya mahal				
30	Saya tidak tertarik membeli produk yang digunakan oleh selebgram jika saya tidak membutuhkannya				
31	Saya langsung membeli produk yang kemasannya dibungkus rapi				
32	Saya menggunakan produk yang konsisten dan sesuai tanpa mengganti dengan merek lain				

جامعة الرانري

AR - RANIRY

Reliabilitas Skala Kepercayaan Diri Sebelum Dibuang Aitem Gugur

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	376	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	376	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.769	.750	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	3.5000	.70427	376
X2	3.3032	.52519	376
X3	3.3883	.65586	376
X4	3.3910	.56457	376
X5	3.4122	.61341	376
X6	2.9096	.63019	376
X7	3.2606	.58982	376
X8	3.3537	.54149	376
X9	3.3165	.53000	376
X10	2.9840	.71908	376
X11	3.2021	.65450	376
X12	3.0559	.68863	376
X13	3.1277	.74453	376
X14	2.8431	.92915	376
X15	3.0612	.59687	376
X16	2.7872	.82781	376
X17	3.1463	.54883	376
X18	3.2553	.63559	376
X19	3.2207	.62113	376
X20	3.0824	.81395	376
X21	3.0027	.65523	376
X22	2.8005	.77638	376
X23	3.2527	.68312	376
X24	3.0585	.73885	376

X25	2.9787	.61064	376
X26	2.9255	.76230	376
X27	3.2739	.69433	376
X28	3.1782	.67934	376
X29	3.2074	.71520	376
X30	3.2952	.81032	376

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range
Item Means	3.152	2.787	3.500	.713
Item Variances	.465	.276	.863	.587
Inter-Item Correlations	.091	-.297	.473	.770

Summary Item Statistics

	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	1.256	.036	30
Item Variances	3.130	.019	30
Inter-Item Correlations	-1.591	.017	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation
X1	91.0745	50.432	.343	.
X2	91.2713	54.086	-.001	.
X3	91.1862	51.683	.238	.
X4	91.1835	53.500	.065	.
X5	91.1622	52.851	.127	.
X6	91.6649	50.959	.333	.
X7	91.3138	52.163	.217	.
X8	91.2207	52.706	.173	.
X9	91.2580	52.587	.194	.
X10	91.5904	50.296	.347	.
X11	91.3723	52.528	.148	.
X12	91.5186	50.778	.316	.
X13	91.4468	50.045	.357	.
X14	91.7314	48.469	.388	.
X15	91.5133	53.600	.046	.
X16	91.7872	48.573	.442	.
X17	91.4282	53.840	.027	.
X18	91.3191	52.373	.172	.
X19	91.3537	53.211	.084	.
X20	91.4920	49.499	.366	.

X21	91.5718	52.368	.164	.
X22	91.7739	49.365	.402	.
X23	91.3218	49.776	.427	.
X24	91.5160	49.248	.440	.
X25	91.5957	54.625	-.071	.
X26	91.6489	48.634	.484	.
X27	91.3005	50.109	.383	.
X28	91.3963	49.365	.475	.
X29	91.3670	49.422	.440	.
X30	91.2793	48.868	.427	.

Item-Total Statistics

	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	.759
X2	.774
X3	.765
X4	.772
X5	.770
X6	.760
X7	.765
X8	.767
X9	.766
X10	.759
X11	.769
X12	.761
X13	.758
X14	.756
X15	.773
X16	.753
X17	.773
X18	.768
X19	.772
X20	.758
X21	.768
X22	.755
X23	.755
X24	.754
X25	.778
X26	.751
X27	.757
X28	.753
X29	.754
X30	.754

Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif Sebelum di Buang Aitem Gugur

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	376	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	376	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.946	.943	32

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	3.5585	.78776	376
Y2	2.7021	.74590	376
Y3	3.3564	.74877	376
Y4	2.7527	.95219	376
Y5	3.2713	.70490	376
Y6	3.0346	.79423	376
Y7	3.1090	.83351	376
Y8	2.8856	.89753	376
Y9	3.0904	.91931	376
Y10	2.9761	.81451	376
Y11	3.0851	.90226	376
Y12	3.1303	.72409	376
Y13	3.0372	.88163	376
Y14	3.2553	.68018	376
Y15	3.0000	.93524	376
Y16	3.0798	.71853	376
Y17	3.0878	.84554	376
Y18	2.8351	.94344	376
Y19	3.2633	.69076	376
Y20	3.0293	.78770	376
Y21	3.1144	.78330	376
Y22	2.8165	.95266	376
Y23	3.1277	.89125	376
Y24	2.8191	.90584	376
Y25	3.0000	.88844	376

Y26	2.8378	.98672	376
Y27	3.0426	.86305	376
Y28	2.7713	.95545	376
Y29	3.1622	.70257	376
Y30	2.8537	.90474	376
Y31	3.1702	.68723	376
Y32	3.0133	.95907	376

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range
Item Means	3.040	2.702	3.559	.856
Item Variances	.710	.463	.974	.511
Inter-Item Correlations	.340	-.015	.690	.705

Summary Item Statistics

	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	1.317	.036	32
Item Variances	2.104	.025	32
Inter-Item Correlations	-45.670	.022	32

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation
Y1	93.7101	254.014	.675	.
Y2	94.5665	257.537	.563	.
Y3	93.9122	261.504	.393	.
Y4	94.5160	248.666	.733	.
Y5	93.9973	261.405	.425	.
Y6	94.2340	259.305	.455	.
Y7	94.1596	253.665	.649	.
Y8	94.3830	251.880	.663	.
Y9	94.1782	249.885	.717	.
Y10	94.2926	257.109	.529	.
Y11	94.1835	250.502	.710	.
Y12	94.1383	265.709	.227	.
Y13	94.2314	250.056	.744	.
Y14	94.0133	262.573	.388	.
Y15	94.2686	248.821	.742	.
Y16	94.1888	260.335	.463	.
Y17	94.1809	253.690	.638	.
Y18	94.4335	249.004	.728	.
Y19	94.0053	263.851	.323	.

Y20	94.2394	260.188	.424	.
Y21	94.1543	260.845	.400	.
Y22	94.4521	249.054	.719	.
Y23	94.1410	252.175	.658	.
Y24	94.4495	251.107	.685	.
Y25	94.2686	251.578	.682	.
Y26	94.4309	248.790	.701	.
Y27	94.2261	252.986	.650	.
Y28	94.4973	248.827	.725	.
Y29	94.1064	264.015	.310	.
Y30	94.4149	251.305	.678	.
Y31	94.0984	264.420	.299	.
Y32	94.2553	255.423	.497	.

Item-Total Statistics

	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	.943
Y2	.944
Y3	.946
Y4	.943
Y5	.946
Y6	.945
Y7	.944
Y8	.943
Y9	.943
Y10	.945
Y11	.943
Y12	.947
Y13	.943
Y14	.946
Y15	.943
Y16	.945
Y17	.944
Y18	.943
Y19	.946
Y20	.946
Y21	.946
Y22	.943
Y23	.944
Y24	.943
Y25	.943
Y26	.943
Y27	.944

Y28	.943
Y29	.946
Y30	.943
Y31	.946
Y32	.945

Reliabel Skala Kepercayaan Diri Setelah Dibuang Aitem Gugur

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	376	100.0
	Excluded ^a	0	.0
Total		376	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.836	.834	16

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	3.5000	.70427	376
X2	2.9096	.63019	376
X3	2.9840	.71908	376
X4	3.0559	.68863	376
X5	3.1277	.74453	376
X6	2.8431	.92915	376
X7	2.7872	.82781	376
X8	3.0824	.81395	376
X9	2.8005	.77638	376
X10	3.2527	.68312	376
X11	3.0585	.73885	376
X12	2.9255	.76230	376
X13	3.2739	.69433	376
X14	3.1782	.67934	376
X15	3.2074	.71520	376
X16	3.2952	.81032	376

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range
Item Means	3.080	2.787	3.500	.713
Item Variances	.560	.397	.863	.466
Inter-Item Correlations	.239	.022	.473	.451

Summary Item Statistics

	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	1.256	.040	16
Item Variances	2.174	.013	16
Inter-Item Correlations	21.270	.009	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation
X1	45.7819	38.027	.325	.170
X2	46.3723	38.730	.283	.144
X3	46.2979	37.356	.395	.236
X4	46.2261	38.437	.286	.173
X5	46.1543	37.213	.394	.246
X6	46.4388	34.503	.548	.392
X7	46.4947	35.579	.515	.378
X8	46.1995	36.741	.400	.198
X9	46.4814	36.410	.463	.324
X10	46.0293	37.308	.428	.306
X11	46.2234	36.329	.502	.317
X12	46.3564	35.638	.564	.369
X13	46.0080	37.320	.418	.259
X14	46.1037	36.504	.534	.311
X15	46.0745	36.213	.537	.316
X16	45.9867	35.544	.533	.393

Item-Total Statistics

	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	.833
X2	.835
X3	.829
X4	.835
X5	.829
X6	.820
X7	.822
X8	.830

X9	.826
X10	.828
X11	.823
X12	.820
X13	.828
X14	.822
X15	.822
X16	.821

Reliabel Skala Perilaku Konsumtif Setelah Dibuang Aitem Gugur

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	376	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	376	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.948	.945	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	3.5585	.78776	376
Y2	2.7021	.74590	376
Y3	3.3564	.74877	376
Y4	2.7527	.95219	376
Y5	3.2713	.70490	376
Y6	3.0346	.79423	376
Y7	3.1090	.83351	376
Y8	2.8856	.89753	376
Y9	3.0904	.91931	376
Y10	2.9761	.81451	376
Y11	3.0851	.90226	376
Y12	3.0372	.88163	376
Y13	3.2553	.68018	376
Y14	3.0000	.93524	376
Y15	3.0798	.71853	376
Y16	3.0878	.84554	376

Y17	2.8351	.94344	376
Y18	3.2633	.69076	376
Y19	3.0293	.78770	376
Y20	3.1144	.78330	376
Y21	2.8165	.95266	376
Y22	3.1277	.89125	376
Y23	2.8191	.90584	376
Y24	3.0000	.88844	376
Y25	2.8378	.98672	376
Y26	3.0426	.86305	376
Y27	2.7713	.95545	376
Y28	3.1622	.70257	376
Y29	2.8537	.90474	376
Y30	3.0133	.95907	376

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range
Item Means	3.032	2.702	3.559	.856
Item Variances	.724	.463	.974	.511
Inter-Item Correlations	.365	-.015	.690	.705

Summary Item Statistics

	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	1.317	.037	30
Item Variances	2.104	.024	30
Inter-Item Correlations	-45.670	.019	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation
Y1	87.4096	241.416	.675	.507
Y2	88.2660	244.761	.567	.428
Y3	87.6117	248.633	.396	.347
Y4	88.2154	235.983	.740	.652
Y5	87.6968	248.825	.415	.315
Y6	87.9335	246.564	.455	.347
Y7	87.8590	240.975	.652	.557
Y8	88.0824	239.153	.670	.542
Y9	87.8777	237.329	.719	.615
Y10	87.9920	244.525	.524	.414
Y11	87.8830	237.864	.714	.593
Y12	87.9309	237.510	.746	.632

Y13	87.7128	250.035	.374	.248
Y14	87.9681	236.303	.743	.646
Y15	87.8883	247.662	.459	.373
Y16	87.8803	241.050	.639	.527
Y17	88.1330	236.484	.730	.625
Y18	87.7048	251.030	.322	.256
Y19	87.9388	247.364	.426	.306
Y20	87.8537	248.205	.394	.371
Y21	88.1516	236.550	.720	.559
Y22	87.8404	239.612	.658	.567
Y23	88.1489	238.591	.684	.539
Y24	87.9681	238.959	.684	.587
Y25	88.1303	236.231	.704	.590
Y26	87.9255	240.410	.650	.535
Y27	88.1968	236.249	.728	.630
Y28	87.8059	251.346	.301	.210
Y29	88.1144	238.720	.680	.554
Y30	87.9548	242.731	.498	.409

Item-Total Statistics

	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	.945
Y2	.946
Y3	.948
Y4	.944
Y5	.947
Y6	.947
Y7	.945
Y8	.945
Y9	.945
Y10	.947
Y11	.945
Y12	.944
Y13	.948
Y14	.944
Y15	.947
Y16	.945
Y17	.944
Y18	.948
Y19	.947
Y20	.948
Y21	.945
Y22	.945

Y23	.945
Y24	.945
Y25	.945
Y26	.945
Y27	.945
Y28	.948
Y29	.945
Y30	.947

MEAN

Case Processing Summary

	Cases			
	Included		Excluded	
	N	Percent	N	Percent
PerilakuKonsumtif * KepercayaanDiri	376	100.0%	0	0.0%

Case Processing Summary

	Cases	
	Total	
	N	Percent
PerilakuKonsumtif * KepercayaanDiri	376	100.0%

Report

PerilakuKonsumtif

KepercayaanDiri	Mean	N	Std. Deviation
19.00	71.0000	1	.
24.00	67.0000	1	.
28.00	81.0000	1	.
30.00	75.7500	4	5.56028
31.00	75.0000	1	.
32.00	88.5000	2	20.50610
33.00	78.0000	4	5.35413
34.00	75.6667	3	3.05505
35.00	90.0000	2	14.14214
36.00	71.3333	3	17.89786
37.00	66.5000	6	9.31128
38.00	79.0000	1	.
39.00	75.0000	8	13.18007
40.00	71.7500	4	6.60177
41.00	70.5556	9	11.37004

42.00	66.0000	5	7.96869
43.00	64.3333	12	6.71949
44.00	67.7000	10	14.87018
45.00	77.7500	4	16.29673
46.00	62.4000	5	6.10737
47.00	83.1000	10	20.13538
48.00	90.4444	9	17.50793
49.00	92.6875	16	16.20172
50.00	97.4615	26	12.06725
51.00	96.7083	48	10.04449
52.00	100.6667	48	3.30913
53.00	98.8000	50	5.79585
54.00	97.6279	43	12.24555
55.00	91.3913	23	18.71008
56.00	98.5000	6	10.91329
57.00	103.5000	2	6.36396
58.00	104.6667	3	2.08167
59.00	101.6667	3	9.45163
61.00	72.0000	1	.
62.00	110.0000	1	.
64.00	120.0000	1	.
Total	90.9681	376	16.07944

ANOVA Table

			Sum of Squares
PerilakuKonsumtif * KepercayaanDiri	Between Groups	(Combined)	53591.382
		Linearity	31704.557
		Deviation from Linearity	21886.825
Within Groups			43364.235
Total			96955.617

ANOVA Table

			Df
PerilakuKonsumtif * KepercayaanDiri	Between Groups	(Combined)	35
		Linearity	1
		Deviation from Linearity	34
Within Groups			340
Total			375

ANOVA Table

			Mean Square
PerilakuKonsumtif * KepercayaanDiri	Between Groups	(Combined)	1531.182
		Linearity	31704.557
		Deviation from Linearity	643.730
Within Groups			127.542
Total			

ANOVA Table

			F
PerilakuKonsumtif * KepercayaanDiri	Between Groups	(Combined)	12.005
		Linearity	248.582
		Deviation from Linearity	5.047
Within Groups			
Total			

ANOVA Table

			Sig.
PerilakuKonsumtif * KepercayaanDiri	Between Groups	(Combined)	.000
		Linearity	.000
		Deviation from Linearity	.000
Within Groups			
Total			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PerilakuKonsumtif * KepercayaanDiri	.572	.327	.743	.553

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		KepercayaanDiri	PerilakuKonsumtif
N		376	376
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	49.2819	90.9681
	Std. Deviation	6.43037	16.07944
Most Extreme Differences	Absolute	.223	.256
	Positive	.142	.138
	Negative	-.223	-.256
Kolmogorov-Smirnov Z		4.317	4.962
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
KepercayaanDiri	376	19.00	64.00	49.2819	6.43037
PerilakuKonsumtif	376	47.00	120.00	90.9681	16.07944
Valid N (listwise)	376				

Descriptive Statistics

	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
KepercayaanDiri	-1.504	.126	2.506	.251
PerilakuKonsumtif	-1.145	.126	.068	.251
Valid N (listwise)				

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
KepercayaanDiri	376	-1.504	.126	2.506	.251
PerilakuKonsumtif	376	-1.145	.126	.068	.251
Valid N (listwise)	376				

Correlations

		KepercayaanDiri	PerilakuKonsumtif
KepercayaanDiri	Pearson Correlation	1	.572**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	376	376
PerilakuKonsumtif	Pearson Correlation	.572**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	376	376

Descriptives

	N	Range	Minimum	Maximum	Sum
KepercayaanDiri	376	45.00	19.00	64.00	18530.00
PerilakuKonsumtif	376	73.00	47.00	120.00	34204.00
Valid N (listwise)	376				

	Mean	Std. Deviation	Variance
KepercayaanDiri	49.2819	6.43037	41.350
PerilakuKonsumtif	90.9681	16.07944	258.548
Valid N (listwise)			

Frequencies

		KepercayaanDiri	PerilakuKonsumtif
N	Valid	376	376
	Missing	0	0

Frequency Table

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19.00	1	.3	.3
	24.00	1	.3	.5
	28.00	1	.3	.8
	30.00	4	1.1	1.1
	31.00	1	.3	.3
	32.00	2	.5	.5

33.00	4	1.1	1.1	3.7
34.00	3	.8	.8	4.5
35.00	2	.5	.5	5.1
36.00	3	.8	.8	5.9
37.00	6	1.6	1.6	7.4
38.00	1	.3	.3	7.7
39.00	8	2.1	2.1	9.8
40.00	4	1.1	1.1	10.9
41.00	9	2.4	2.4	13.3
42.00	5	1.3	1.3	14.6
43.00	12	3.2	3.2	17.8
44.00	10	2.7	2.7	20.5
45.00	4	1.1	1.1	21.5
46.00	5	1.3	1.3	22.9
47.00	10	2.7	2.7	25.5
48.00	9	2.4	2.4	27.9
49.00	16	4.3	4.3	32.2
50.00	26	6.9	6.9	39.1
51.00	48	12.8	12.8	51.9
52.00	48	12.8	12.8	64.6
53.00	50	13.3	13.3	77.9
54.00	43	11.4	11.4	89.4
55.00	23	6.1	6.1	95.5
56.00	6	1.6	1.6	97.1
57.00	2	.5	.5	97.6
58.00	3	.8	.8	98.4
59.00	3	.8	.8	99.2
61.00	1	.3	.3	99.5
62.00	1	.3	.3	99.7
64.00	1	.3	.3	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Perilaku Konsumtif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 47.00	3	.8	.8	.8
48.00	1	.3	.3	1.1
50.00	2	.5	.5	1.6
51.00	2	.5	.5	2.1

52.00	4	1.1	1.1	3.2
53.00	1	.3	.3	3.5
54.00	4	1.1	1.1	4.5
56.00	2	.5	.5	5.1
57.00	2	.5	.5	5.6
58.00	1	.3	.3	5.9
59.00	2	.5	.5	6.4
60.00	1	.3	.3	6.6
62.00	3	.8	.8	7.4
63.00	1	.3	.3	7.7
64.00	3	.8	.8	8.5
65.00	6	1.6	1.6	10.1
66.00	5	1.3	1.3	11.4
67.00	11	2.9	2.9	14.4
68.00	2	.5	.5	14.9
69.00	4	1.1	1.1	16.0
70.00	3	.8	.8	16.8
71.00	3	.8	.8	17.6
72.00	5	1.3	1.3	18.9
73.00	5	1.3	1.3	20.2
74.00	2	.5	.5	20.7
75.00	7	1.9	1.9	22.6
76.00	3	.8	.8	23.4
77.00	1	.3	.3	23.7
78.00	2	.5	.5	24.2
79.00	4	1.1	1.1	25.3
80.00	1	.3	.3	25.5
81.00	6	1.6	1.6	27.1
83.00	2	.5	.5	27.7
86.00	1	.3	.3	27.9
87.00	1	.3	.3	28.2
88.00	2	.5	.5	28.7
89.00	1	.3	.3	29.0
90.00	1	.3	.3	29.3
91.00	4	1.1	1.1	30.3
92.00	2	.5	.5	30.9
93.00	7	1.9	1.9	32.7
94.00	6	1.6	1.6	34.3

95.00	9	2.4	2.4	36.7
96.00	15	4.0	4.0	40.7
97.00	15	4.0	4.0	44.7
98.00	30	8.0	8.0	52.7
99.00	22	5.9	5.9	58.5
100.00	28	7.4	7.4	66.0
101.00	29	7.7	7.7	73.7
102.00	17	4.5	4.5	78.2
103.00	22	5.9	5.9	84.0
104.00	21	5.6	5.6	89.6
105.00	14	3.7	3.7	93.4
106.00	8	2.1	2.1	95.5
107.00	9	2.4	2.4	97.9
108.00	3	.8	.8	98.7
109.00	3	.8	.8	99.5
110.00	1	.3	.3	99.7
120.00	1	.3	.3	100.0
Total	376	100.0	100.0	

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KepercayaanDiri ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.572 ^a	.327	.325	13.20864

a. Predictors: (Constant), KepercayaanDiri

b. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	31704.557	1	31704.557	181.721
	Residual	65251.060	374	174.468	
	Total	96955.617	375		

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	20.499	5.272		3.889
	KepercayaanDiri	1.430	.106	.572	13.480

Coefficients^a

Model		Sig.
1	(Constant)	.000
	KepercayaanDiri	.000

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	47.6676	112.0136	90.9681	9.19486	376
Residual	-52.14444	36.74353	.00000	13.19101	376
Std. Predicted Value	-4.709	2.289	.000	1.000	376
Std. Residual	-3.948	2.782	.000	.999	376

a. Dependent Variable: PerilakuKonsumtif

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		376
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	13.19101313
Most Extreme Differences	Absolute	.200
	Positive	.114
	Negative	-.200
Kolmogorov-Smirnov Z		3.871
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Nita Oktavinika
2. Tempat/Tanggal Lahir : Takengon/ 14 Oktober 1999
3. Jenis Kelamin : Perempuan
4. Agama : Islam
5. NIM : 170901107
6. Kebangsaan : Indonesia
7. Alamat : Tansaril
 - a. Kecamatan : Bebesen
 - b. Kabupaten : Aceh Tengah
8. Provinsi : Aceh
9. No. Telp/HP : 0812-8685-4742
10. Email : Oktavianikanita@gmail.com

Riwayat Pendidikan

11. SD/MIN : SDN 1 Takengon Tahun Lulus (2011)
12. SMP/MTs : MTSN 1 Takengon Lulus (2014)
13. SMA/MA : MAN 1 Takengon Tahun Lulus (2017)

Orang Tua/Wali

14. Nama Ayah : Isni Sarayadi
15. Nama Ibu : Sasmawati
16. Pekerjaan Orang Tua : Petani
17. Alamat Orang Tua
 - a. Alamat Ayah : Aceh Tengah
 - b. Alamat Ibu : Aceh Tengah

جامعة الرانيري

AR - RANIRY

Banda Aceh, 15 Desember 2021
Penulis,

Nita Oktavianika