

**HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONFORMITAS  
DALAM PEMBELIAN BARANG MELALUI *ONLINE SHOP*  
PADA SISWA SMAN 1 BANDAR DUA PIDIE JAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Oleh :**

**SAKDIAH  
NIM. 180901098**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI  
FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2023**

**HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONFORMITAS  
DALAM PEMBELIAN BARANG MELALUI *ONLINE SHOP*  
PADA SISWA SMA 1 BANDAR DUA PIDIE JAYA**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :**

**SAKDIAH  
NIM. 180901098**


**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing I,**



**Jasmadi S.Psi., M.A., Psikolog  
NIP. 197609122006041001**

**Pembimbing II,**



**Hendri M. Si  
NIDN.1302088902**

**HUBUNGAN HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONFORMITAS  
DALAM PEMBELIAN BARANG MELALUI *ONLINE SHOP*  
PADA SISWA SMA 1 BANDAR DUA PIDIE JAYA**

**SKRIPSI**

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

**Diajukan Oleh :**

**SAKDIAH  
NIM. 180901098**

**Pada Hari/Tanggal  
Senin, 1 Mei 2023**

**di  
Darussalam – Banda Aceh  
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi**

**Ketua**



**Jasmadi S.Psi., M.A., Psikolog  
NIP. 197609122006041001**

**Sekretaris**



**Hendri M. Si  
NIDN. 1302088902**

**Penguji I**



**Barmawi, S. Ag., M. Si. M.A  
NIP. 19700103201411100**

**Penguji II**



**Siti Hajar Sri Hidayati, S. Psi., M.A  
NIP. 199107142022032001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry**



**Dr. Muslim, M. Si  
NIP. 196610231994021001**



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH**  
**FAKULTAS SYARIAH DAN HUKUM**  
Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
Telp. 0651-7557442 Situs: www. syariah.ar-raniry.ac.id

### LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Fernando Parulian Akbar Silalahi  
NIM : 160104063  
Prodi : Hukum Pidana Islam  
Fakultas : Syari'ah dan Hukum

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.
2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.
3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.
4. Tidak melakukan pemanipulasian dan pemalsuan data.
5. Mengejakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggungjawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Syari'ah dan Hukum UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 28 December 2022

Yang menyatakan,



(Fernando Parulian Akbar Silalahi)

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Dengan ini saya :

Nama : Sakdiah

NIM : 180901098

Jenjang : Strata Satu (S-1)

Prodi : Psikologi UIN Ar-Raniry

Menyatakan bahwa tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di suatu perguruan tinggi dalam Skripsi ini. Selain itu juga tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang dirujuk dalam naskah ini secara tertulis sebagaimana yang dituliskan dalam daftar pustaka. Jika dikemudian hari ada tuntutan atas karya saya dari pihak lain dan 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, 1 mei 2023  
Yang menyatakan,

Sakdiah  
NIM. 180901098

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya selama ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konformitas Pada Pembelian Barang Melalui *Online Shop* Pada Siswa SMA 1 Bandar Dua Pidie Jaya ”. Shalawat beriring salam marilah kita sanjung sajikan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah memperjuangkan Islam dan membawa umatnya dari alam jahilliyah kepada alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan berkat dukungan moral dan moril dari berbagai pihak, keluarga dan teman-teman terdekat. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Dr. Muslim, M.Si. sebagai Dekan Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry.
2. Bapak Dr. Safrilsyah, M.Si. sebagai Wakil Dekan 1 bidang Akademik dan Kelembagaan.
3. Ibu Misnawati, S.Ag., M.Ag, Ph.D sebagai Wakil Dekan II bidang Administrasi dan Keuangan.
4. Drs. Nasruddin, M.Hum sebagai Wakil Dekan III bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
5. Bapak Jasmadi, S.Psi., M.A., Psikolog sebagai pembimbing 1 saya yang telah banyak membantu, membimbing dan mengarahkan proses penulisan skripsi ini dengan maksimal sejak dimulai sampai dengan selesai.

6. Bapak Hendri, M.Si. sebagai pembimbing II saya yang juga telah banyak membantu, membimbing dan mengarahkan proses penulisan skripsi ini dengan maksimal sejak pertama hingga dengan selesai.
7. Bapak Barmawi, S.Ag., M.Si. sebagai penguji I dalam sidang munaqasyah skripsi yang telah memberikan dukungan, motivasi dan banyak masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik dan maksimal.
8. Ibu Siti Hajar Sri Hidayati, S.Psi., M.A sebagai penguji II saya dalam sidang munaqasyah skripsi yang juga telah memberikan dukungan, motivasi dan banyak masukan agar skripsi ini menjadi lebih baik dan maksimal.
9. Ibu Karjuniwati S. P.Si., M.Psi., Psikolog sebagai penasehat akademik yang memberikan dukungan dan motivasi kepada saya sebagai mahasiswanya.
10. Seluruh dosen dan civitas akademika Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry yang telah membantu, mendidik, dan memberikan ilmu yang bermanfaat dengan tulus dan ikhlas.
11. Terima kasih saya ucapkan kepada kedua Orang tua yang telah memberikan dukungan moral dan moril serta doa – doa yang selalu dipanjatkan agar penulis dimudahkan dan dilancarkan setiap langkahnya sehingga sampai ke tahap akhir penyelesaian program S1 ini.



12. Terima kasih kepada saudara kandung saya, kak Rahma Liana, Rahma Liza dan adek saya Fazlul Ihsan yang telah memberi semangat sehingga saya sampai di titik akhir menyelesaikan skripsi.
13. Para keponakan terkasih, M. Zacki Akbar, Rafaul Mizan, dan M. Asyraf yang selalu menjadi pelipur lara dari hiruk pikuk dari dunia tipu-tipu yang sangat membingungkan ini. Anak- anak hebat, semoga kalian menjadi anak yang soleh, jadilah manusia yang berguna bagi sesama, tumbuhlah dengan kebaikan dan kebahagiaan.
14. Kakak leting, kak lisna yang telah memberi semangat dalam tugas akhir ini dan terima kasih sebanyak- banyak nya kepada kak Ulfa Rauzana yang dari pertama pengajuan judul dibantu sama beliau sampai menuju akhir masih setia membimbing semoga kalian sehat selalu dan lancar dalam segala urusannya.
15. Teman-teman seperjuangan angkatan 2018, terutama teman-teman seunit 4 yang sudah menjadi teman sejak pertama kali mengenal dunia perkuliahan sampai dengan sekarang. Terimakasih untuk semangat dan dukungan dan banyak bantuan lainnya yang telah diberikan. Tetap semangat sobat, proses setiap orang itu berbeda-beda, yang terpenting sekali kita selalu berusaha semaksimal mungkin dan doa tanpa jeda. Semoga Allah memudahkan setiap jalan yang kita lalui. Ingatlah kalian orang hebat.



16. Siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya yang telah berkontribusi banyak dalam proses pengumpulan data sehingga memudahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. .

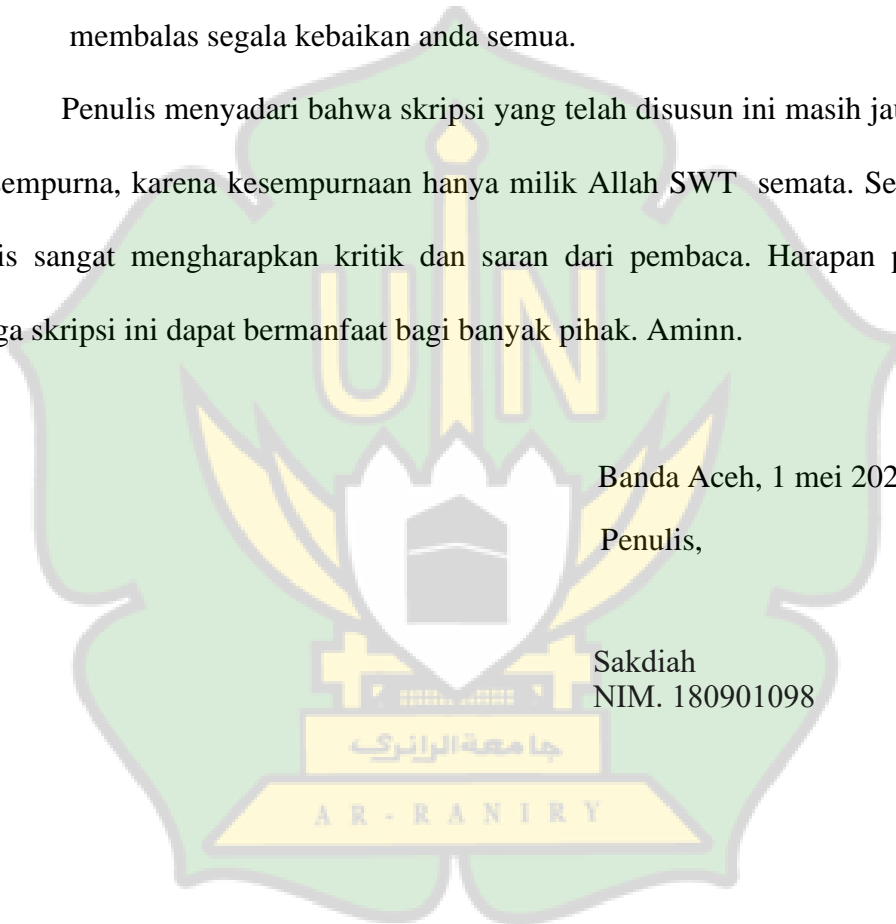
17. Kepada semua pihak yang telah memudahkan dalam penelitian skripsi ini, yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, semoga Allah membalas segala kebaikan anda semua.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang telah disusun ini masih jauh dari kata sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT semata. Sehingga penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak. Aminn.

Banda Aceh, 1 mei 2023

Penulis,

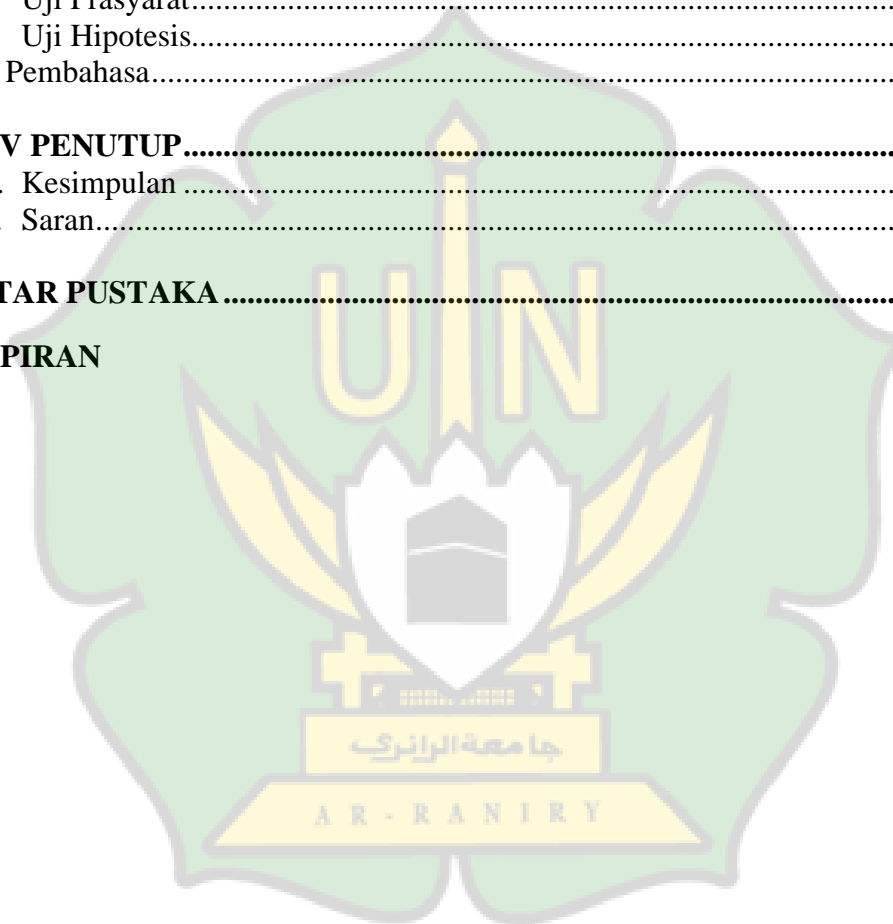
Sakdiah  
NIM. 180901098



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
E. Keaslian Penelitian .....	11
<b>BAB II. LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
A. Harga Diri.....	12
1. Pengertian Harga Diri .....	12
2. Aspek-Aspek Harga Diri .....	13
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Harga Diri.....	14
B. Harga Konformitas .....	17
1. Pengertian Konformitas.....	17
2. Aspek-Aspek Konformitas .....	18
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konformitas.....	20
C. Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konformitas .....	21
D. Hipotesis .....	22
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>23</b>
A. Pendekatan dan Metode Penelitian.....	23
B. Identifikasi Variabel-Variabel Penelitian .....	23
C. Definisi Operasional .....	24
D. Subjek Penelitian .....	27
E. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian .....	28
F. Teknik Pengumpulan Data.....	29
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	36
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
A. Deskripsi Subjek Penelitian .....	40
1. Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40

2. Subjek Berdasarkan Kelas.....	40
B. Pelaksanaan Uji Coba ( <i>Try Out</i> ) dan Penelitian .....	41
1. Hasil Uji Validitas Aitem.....	42
2. Hasil Uji Daya Beda Aitem.....	43
3. Hasil Uji Reabilitas .....	45
C. Hasil Penelitian .....	48
1. Kategorisasi Data Penelitian .....	48
2. Uji Prasyarat.....	51
3. Uji Hipotesis.....	53
D. Pembahasa.....	54
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>57</b>
A. Kesimpulan .....	57
B. Saran.....	57
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>59</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Blue Print</i> Skala Konformitas .....	24
Tabel 3.2 <i>Blue Print</i> Skala harga diri .....	25
Tabel 3.3 Skor Item harga diri .....	27
Tabel 3.4 klasifikasi Realibilitas Alpha Cronbach.....	29
Tabel 4.1 Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4.2 Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Kelas.....	33
Tabel 4.3 Koefisien <i>CVR</i> Skala Harga Diri .....	34
Tabel 4.4 Koefisien <i>CVR</i> Skala Konformitas .....	34
Tabel 4.5 Koefisien Daya Beda Aitem Skala Harga diri .....	35
Tabel 4.6 Koefisien Daya Beda Aitem Skala Konformitas .....	35
Tabel 4.7 <i>Blue Print</i> Akhir Skala Harga Diri.....	36
Tabel 4.8 <i>Blue Print</i> Akhir Skala Konformitas.....	37
Tabel 4. 9 Deskripsi Data Penelitian Skala Harga Diri.....	39
Tabel 4.10 Kategorisasi Harga Diri .....	40
Tabel 4. 11 Deskripsi Data Penelitian Skala Konformitas.....	40
Tabel 4.12 Kategorisasi Konformitas .....	41
Tabel 4. 13 Hasil Uji Normalitas Sebaran .....	42
Tabel 4. 14 Hasil Uji Linearitas Hubungan .....	43
Tabel 4. 15 Uji Hipotesis Data Penelitian.....	44



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	18
--------------------------------------	----



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Penelitian Dari Fakultas Psikologi
- Lampiran 2 Surat Keterangan Sudah Selesai Penelitian
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Tabel Data Tyout
- Lampiran 5 Print Out Hasil Analisis Statistik Data Tryout
- Lampiran 6 Tabel Data Penelitian
- Lampiran 7 Print Out Hasil Analisis Data Penelitian
- Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup



## Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konformitas Dalam Pembelian Barang Barang Melalui *Online Shop* Pada Siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan harga diri dan konformitas Pada pembelian barang melalui *Online Shop* pada siswa SMA. Perilaku konformitas tidak terlepas dari pengaruh kelompok dalam mengonsumsi barang serta untuk menunjang penampilan diri yang terkait dengan harga diri. Adanya keinginan untuk di terima dalam kelompok menyebabkan remaja mudah terpengaruh oleh kelompok sebayanya. Selain itu ketidakpuasan terhadap diri menyebabkan remaja menjadi rendah diri. Remaja yang mempunyai rasa rendah diri akan menggunakan barang – barang yang mempunyai arti secara simbolik dapat meningkatkan harga dirinya. Hal inilah yang mendorong remaja berperilaku konformitas. Subjek dalam penelitian ini adalah siswa SMA yang berjumlah 190 orang. Pada penelitian ini uji normalitas secara nonparametric dengan Menggunakan teknik statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov* test dengan Menggunakan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) Version 22.0 for Windows*. Kaidah yang digunakan yaitu apabila nilai  $p > 0,05$ , maka data penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai  $p < 0,05$  maka data penelitian dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal.

Kata Kunci: Harga diri dan perilaku konformitas.



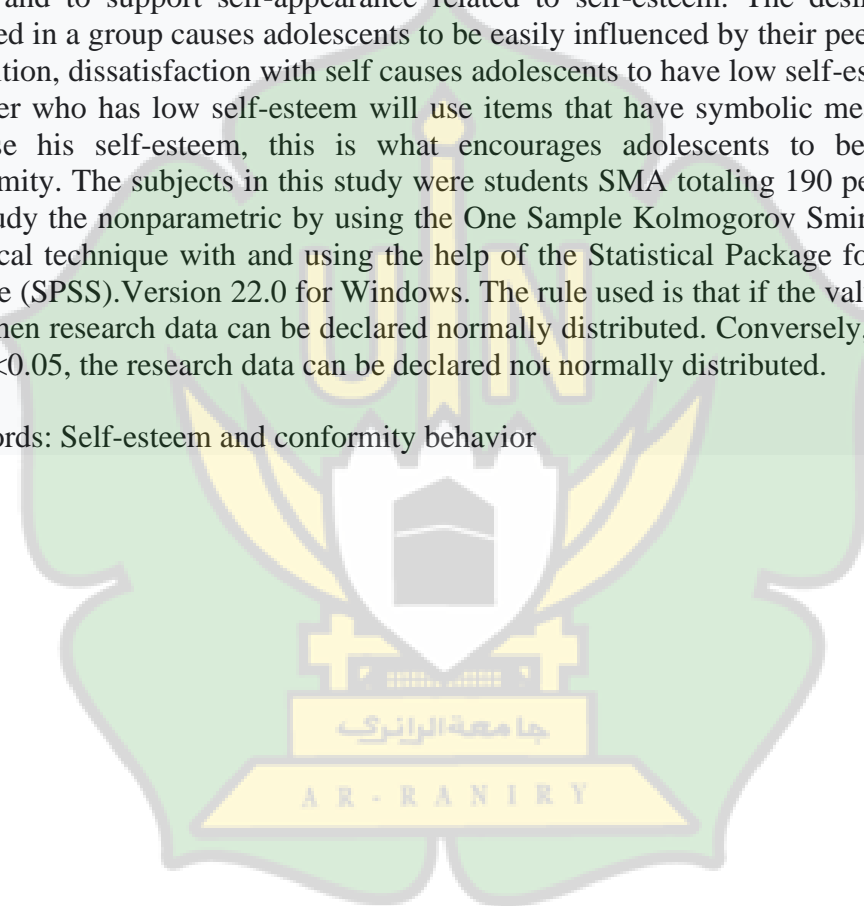


The Relationship Of Self-esteem with deep Conformity Behavior Purchase Of Goods Through The Online Shop at Students Of SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya

**ABSTRACT**

This study aims to determine the relationship between self-esteem and conformity on purchasing goods through the Online Shop for high school students. Conformity behavior is inseparable from group influence in consuming goods and to support self-appearance related to self-esteem. The desire to be accepted in a group causes adolescents to be easily influenced by their peer group. In addition, dissatisfaction with self causes adolescents to have low self-esteem. A teenager who has low self-esteem will use items that have symbolic meaning to increase his self-esteem, this is what encourages adolescents to behave in conformity. The subjects in this study were students SMA totaling 190 people. In this study the nonparametric by using the One Sample Kolmogorov Smirnov test statistical technique with and using the help of the Statistical Package for Social Science (SPSS).Version 22.0 for Windows. The rule used is that if the value of  $p > 0.05$ , then research data can be declared normally distributed. Conversely, if the  $p$  value  $< 0.05$ , the research data can be declared not normally distributed.

Keywords: Self-esteem and conformity behavior



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi di era globalisasi sekarang ini terjadi begitu pesatnya dan membuat pergeseran perilaku pelanggan dari pembelian barang secara *offline* menjadi pembelian barang secara *online* atau melalui *e-commerce* yang sekarang dikenal dengan istilah *online shop*. Kegiatan berbelanja *online* ini adalah salah satu fitur kemudahan yang ditawarkan era globalisasi. Fenomena sistem berbelanja tersebut tentu saja berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli suatu produk. Mudah-mudahan berbelanja *online shop* atau dilihat dari segi kepraktisan, merupakan salah satu alasan perubahan perilaku pelanggan ini terjadi.

*Online shop* merupakan sebuah sistem berbelanja dengan cara digital yang hanya terlaksana ketika perangkat sudah terhubung dengan network agar memungkinkan penggunanya untuk dapat berkomunikasi dengan berbagai toko yang menyediakan berbagai kebutuhan mulai dari pakaian, sepatu, tas, buku, peralatan elektronik, peralatan rumah tangga dan segala macam kebutuhan manusia dapat dengan mudah ditemukan melalui situs-situs belanja yang ada pada internet. Penggunaan *online shop* sebagai aktualisasi yang nyata ketika para pengguna *online shop* mendapat kepuasan baik secara lahiriah atau kepuasan secara keinginan. Siswa merasa lebih nyaman jika dikatakan bagian dari manusia modern, pembuktian dari manusia modern adalah salah satu cara dengan mengerti

terhadap perubahan yang ada seperti perubahan cara berbelanja yang saat ini sering disebut dengan *online shop*. (Rahmat , 2019)

Situs E-Commerce dengan pengunjung terbanyak di Indonesia ( Agustus 2022). Menurut data Similarweb, pada Agustus 2022 situs *Shopee* menerima 190,7 juta kunjungan dari Indonesia. Angka ini meningkat 11,37% dibanding bulan sebelumnya, dimana kunjungan ke situs *Shopee* berjumlah 171,2 juta pada juli 2022. Di bawah *Shopee*, ada situs Tokopedia yang menerima 147,7 juta kunjungan. Kemudian ada 64,1 juta kunjungan ke situs Lazada, 24,9 juta kunjungan ke situs Blibli, dan 24,1 juta kunjungan ke situs Bukalapak pada periode sama 32e32ewe ( <https://databoks.katadata.co.id/search/cse?search=>).

Faktor pertama kali yang menjadi perhatian calon konsumen adalah harga, lalu produk yang akan dibeli, kualitas dan kemasannya. Harga dan mutu barang merupakan hal yang paling penting bagi konsumen. Untuk itu penjual haruslah menetapkan harga sesuai harga dan mutu. Mahalnya harga yaang ditawarkan penjual haruslah disesuaikan dengan manfaat yang diraskan konsumen. Promosi juga merupakan hal penting dalam mencuri perhatian konsumen. Perusahaan akan dikenal oleh konsumen itu jika melakukan promosi mengenai perusahaan dan produk yang ditawarkan. Pemilihan sarana promosi harus dipeetimbangkan secara matang karena menarik atau tidaknya suatu promosi akan sangat mempengaruhi berhasil atau tidaknya suatu kegiatan pemasaran didalam suatu perusahaan. (Yoeliastuti, Darlin Evalina , & Sugiyanto, 2021).

Belanja *Online* atau *e-commerce* adalah sebuah proses transaksi yang dilakukan melalui media atau perantara yaitu berupa situs-situs jual beli *online* ataupun jejaring sosial yang menyediakan barang atau jasa yang di per jual belikan. Beralihnya pembelian secara tradisional ke pembelian secara online akan menunjang penampilan agar dapat memberikan kesan tidak ketinggalan zaman diantara teman kelompoknya, keinginan membeli suatu barang bukan merupakan kebutuhan utama melainkan sebagai pemenuhan atas kesenangan dalam mendukung gaya hidup mereka sebagai wujud identitas diri, dari pada kebutuhan sesungguhnya. Konformitas menyebabkan mereka cenderung menghabiskan lebih banyak uangnya untuk menunjang penampilan dirinya dengan membeli barang-barang yang selalu baru bermerek serta sama dengan kelompoknya . (Harahap & Amanah, 2018).

Remaja rela menghabiskan uang untuk membeli barang- barang yang tidak dibutuhkan secara berlebihan, banyak tujuan yang ingin didapatkan oleh remaja dengan bersikap konformitas, antara lain supaya ada penerimaan kelompok, diakui eksistensinya sebagai anggota kelompok, menjaga hubungan dengan kelompok, mempunyai ketergantungan dengan kelompok, dan untuk menghindari sangsi dari kelompok. Remaja yang masih berada dalam proses mencari jati diri, bila dibiarkan melakukan gaya hidup yang boros dapat melahirkan remaja yang berorientasi kepada materi. Remaja tersebut menyakini bahwa ketika dapat berpenampilan modis seperti teman-teman maka ia akan diterima oleh teman-temannya dengan baik dalam kelompok, dan ia mengaku bahwa alasan berbelanja dikarenakan saat memiliki produk yang sedang *tren* ia merasa harga dirinya

meningkat dan merasa sangat percaya diri untuk bergabung dengan kelompok ketika dapat memakai barang yang sedang *tren*. Hasil penelitian yang menyatakan bahwa terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan perilaku konformitas dalam berbelanja *online*, sebagaimana dijelaskan bahwa semakin tinggi harga diri yang dimiliki remaja putri maka semakin rendah perilaku konformitas dalam berbelanja *online*, sebaliknya semakin rendah harga diri maka akan semakin tinggi pula perilaku konformitas dalam berbelanja *online* (Nurasaitma , 2017).

Menurut teori dari Chialdini dan Goldstein konformitas merupakan kecenderungan untuk mengubah rasa keyakinan atau perilakunya agar terdapat kesamaan dengan perilaku orang lain. Hal ini di perkuat oleh teori Taylor, Peplau, & Sears (2009) yang menjelaskan bahwa adanya tekanan untuk taat dan patuh baik secara nyata ataupun tidak yang terjadi dalam kelompok. Konformitas tidak hanya sekedar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana mereka bertindak. Baron, Branscombe, dan Byrne, (2008), Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial.

Manusia sebenarnya dapat mengikuti norma sosial tetapi tidak terlepas dari adanya tekanan-tekanan untuk bertingkah laku dengan cara-cara yang sesuai aturan sosial. Tekanan yang ada dalam norma sosial sesungguhnya memiliki pengaruh yang besar, tekanan - tekanan untuk melakukan konformitas sangat kuat sehingga usaha untuk menghindari situasi yang menekan dapat menenggelamkan nilai-nilai personalnya. Eksperimen Asch menunjukkan bahwa orang cenderung melakukan konformitas, mengikuti penilaian orang lain, ditengah tekanan

kelompok yang mereka rasakan, bila dititik lebih jauh kehidupan sehari-hari penuh dengan dilema dimana seseorang dihadapkan dengan tekanan kelompok yang mempengaruhi agar mengikuti perilaku yang diinginkan oleh kelompok (Sarwono & Meinarno, 2009)

Sukarno & indrawati 2018 mengatakan bahwa kesesuaian terjadi ketika remaja terbiasa dengan ekspektasinya yaitu, keinginan untuk menjadi sama dengan kelompok sebayanya. Dapat dikatakan bahwa konformitas ada tuntutan yaitu menyamakan diri dengan kelompok sosial untuk menyesuaikan diri dan mendapatkan pengakuan dari orang lain. Konformitas juga dapat mempengaruhi pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian, penelitian menemukan banyaknya kelompok-kelompok yang dibuat oleh mahasiswa untuk saling berbagi beberapa informasi dan pengalaman mereka, terlihat dari beberapa mahasiswa dengan pita rambut yang sama, jam tangan yang sam dan jenis *fashion* yang sama. Para mahasiswa juga mengatakan jika bergabung dengan kelompok maka wajib memiliki barang yang sama karena menunjukkan solidarita, menghargai kelompok dan tidak ingin terlihat berbeda dengan anggota lainnya. Para anggota kelompok ini juga sering melakukan pembelian secara *online* dengan alasan lebih prraktis dan harganya jauh lebih murah (Atrizka , Saputri , Sibarani , & Sugiharto, 2020)

Remaja di Aceh saat ini banyak yang tertarik untuk melakukan transaksi belanja *online* untuk kebutuhan sehari-hari, hal ini didukung oleh penelitian yang menyatakan bahwa remaja banyak mengkonsumsi produk *fashion online* karena untuk mengikuti *tren* anak muda zaman sekarang, ditunjukkan oleh perilaku Nuri

dia mengaku butuh berbelanja secara *online* karena tidak memiliki waktu luang, tetapi selain itu juga ada hal lain yaitu agar di anggap *update* dan bisa menjadi *tren* (Nurhayati , 2017).

Konformitas menyebabkan seseorang cenderung menghabiskan lebih banyak uangnya untuk menunjang penampilan dirinya dengan membeli barang-barang yang selalu baru serta bermerek dan sama dengan anggota kelompoknya. Hal ini dilakukan agar selalu dapat diterima kelompoknya serta mendapat pengakuan akan dirinya sebagai anggota kelompok, karena pengakuan didalam akan dapat mempengaruhi tingkat harga diri yang dimiliki oleh seseorang. Sears, Freedman & Peplau ( 2004) mengatakan bahwa harga diri berpengaruh pada perilaku membeli, dimana seseorang dengan harga diri yang rendah akan cenderung lebih mudah dipengaruhi dari pada orang-orang yang harga dirinya tinggi. Jika tingkat harga diri seseorang rendah maka ia akan cenderung mengikuti tekanan dan kemauan sekitarnya. Harga diri berpengaruh pada motif pembelian seseorang, dimana seseorang yang memiliki harga diri rendah akan membeli barang-barang yang dapat meningkatkan harga dirinya, sehingga seseorang yang memiliki harga diri rendah akan memikirkan pemakaian barang-barang yang dapat meningkatkan harga dirinya (Rahmadani, 2019). Konformitas mengacu pada perubahan perilaku yang dimaksudkan untuk di cocokkan atau meniru perilaku atau keyakinan anggota lingkungan sosial. Perubahan atau tingkah laku dapat dilihat dari keinginan remaja untuk selalu menyamakan perilakunya dengan kelompok agar terlepas dari kritikan maupun keterasingan.



Jenis pengaruh sosial yang melibatkan perubahan sikap atau perilaku agar cocok dengan kelompok merupakan konformitas (Restika & Rinaldi, 2021).

Hal ini sejalan dengan wawancara yang peneliti lakukan terhadap siswi di SMA 1 Bandar Dua Pidie Jaya yang menjelaskan bahwa awalnya ia merupakan seseorang yang tidak faham dalam hal media sosial, namun semenjak bergabung dalam kelompok mengatakan bahwa dirinya kini sudah lebih mengetahui dalam hal berbelanja *Online*, dan ketika remaja tersebut bergabung dalam kelompoknya yang sedang memakai barang yang sedang *tren* maka otomatis remaja tersebut akan membeli barang yang sama dengan yang teman kelompoknya pakai.

Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Bandar Dua Kabupaten Pidie Jaya memiliki siswa dengan jumlah 190 orang yang terdiri dari kelas X sebanyak 63 orang, kelas XI sebanyak 64 dan di kelas XII sebanyak 63 orang. Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan pada bulan Agustus 2022, 3 remaja di SMAN 1 Bandar Dua Kabupaten Pidie Jaya menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari, alasan utama mereka menggunakan media sosial selain untuk berkomunikasi adalah untuk memenuhi kebutuhan mereka seperti berbelanja *online* di *Shopee*, *Tiktok Shop* dan *Lazada*.

Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara awal kepada 3 responden siswa 1 Bandar Dua Pidie Jaya yang sudah pernah melakukan pembelian barang melalui *online shop* mengenai alasan mengikuti *tren* pembelian barang melalui *online shop*. Berikut ini hasil kutipan wawancaranya:

#### Cuplikan wawancara 1: DW

*Iya saya sering belanja online di shoope dan lazada, karena disitu kan banyak pilihannya gitu banyaklah model-modelnya, aku beli itu juga karena teman-teman, padahal awalnya pingin liat-liat aja tetapi karena teman-teman beli ya akhirnya aku beli juga walaupun aku udah punya barang itu. Untuk beli itu aku tidak fikir panjang, berapapun harganya kalau aku suka terus teman-teman juga beli bakalan aku beli karena aku tidak mau ketinggalan dengan teman-teman walaupun menghabiskan uang jajan sih.*

*(Siswa, Perempuan 17 tahun. Tanggal wawancara 2 Agustus 2022).*

#### Cuplikan wawancara 2: SA

*Kapan ada model terbaru ya aku beli terus, karena aku harus ngikutin tren yang ada, soalnya teman-teman aku gitu semua. Aku tidak mau ketinggalan dari mereka, pokoknya apapun yang lagi tren aku beli walaupun aku gak perlu-perlu kali sama barang itu, karena aku tidak mau di asingkan oleh teman karena tidak memiliki barang-barang yang bermerek. yang sering aku beli tas sama baju.*

*(siswa perempuan 17 tahun. Tanggal wawancara 2 Agustus 2022)*

#### Cuplikan wawancara 3 : RH

*Iya saya sering belanja online di shopy dan tiktok shop, karena disitu lebih praktis dan banyak diskon, perhiasan, alat make up, baju dan sepatu. Sebelumnya saya tidak berfikir terlebih dahulu karena melihat teman saya membeli ya saya juga ikut membeli karena saya tidak mau ketinggalan dari mereka dan aku tidak mau diasingkan oleh teman-teman karena tidak kompak dalam hal berbelanja online.*

*(siswa 17 tahun. Tanggal wawancara 2 Agustus 2022).*

Hasil wawancara diatas memperlihatkan bahwa adanya fenomena konformitas yaitu mempertahankan harga dirinya dengan mengikuti *tren* yang ada di era zaman sekarang, gemar membeli produk *fashion* sesuai yang dimiliki oleh teman kelompoknya, dengan mengunjungi situs *online* di media sosial seperti *lazada*, *shopy* dan *tiktok shop*, fenomena yang terjadi di lapangan tersebut dapat memberikan gambaran bahwa mereka menjadikan ruang yang tersedia sebagai tempat menghabiskan uangnya, adapun perilaku tersebut dilatar belakangi dengan mereka mengikuti *fashion* teman kelompoknya untuk mendapat pengakuan oleh

teman kelompoknya mendorong remaja berusaha untuk menjadi sama dengan kelompoknya.

Remaja yang yakin pada dirinya sendiri dan mempunyai harga diri rendah akan membeli setiap produk yang dianggap bisa menaikkan harga dirinya, sebaliknya remaja dengan harga diri yang positif akan membangkitkan rasa percaya diri, penghargaan diri, rasa yakin akan kemampuan diri, rasa berguna serta yakin kehadirannya diperlukan, penilaian individu terhadap dirinya sendiri secara positif atau negatif yang dipengaruhi oleh hasil interaksinya dengan orang-orang yang penting dilingkungannya serta dari sikap, penerimaan, penghargaan, dan perlakuan orang lain terhadap dirinya disebut harga diri (Nurasaitma , 2017). Harga diri adalah komponen evaluatif dari konsep diri, yang terdiri dari evaluasi positif dan negatif tentang diri sendiri yang dimiliki seseorang. Seseorang memperoleh harga diri dari pengalaman diri sebagai agen penyebab yang aktif terhadap apa yang terjadi di dunia ini dan dalam pengalaman untuk mencapai tujuan serta mengatasi rintangan-rintangan atau kesulitan.

Dengan kata lain harga diri sebagai bentuk berdasarkan pada perasaan seseorang tentang kemampuan (kompetensi) dan kekuasaan (*power*) untuk mengontrol atau mengendalikan kejadian-kejadian yang menimpa diri seseorang. Harga diri berkaitan dengan cara penting bagaimana orang mendekati kehidupan mereka sehari-hari, mereka yang menilai dirinya positif cenderung untuk bahagia, sehat, berhasil dan dapat menyesuaikan diri dan sebaliknya orang yang menilai dirinya negatif secara relatif tidak sehat, cemas, tertekan dan pesimis tentang masa depannya mudah cenderung gagal (Dayakisni & Hudaniah , 2009)

Dari penjelasan di atas peneliti ingin mendalami masalah hubungan antara harga diri dengan perilaku konformitas dalam pembelian barang melalui *online shop* pada siswa SMA Negeri 1 Bandar Dua Pidie Jaya. Untuk mendalami hubungan kedua variabel tersebut peneliti ingin mengajukan judul penelitian yaitu “hubungan antara harga diri dengan perilaku konformitas dalam pembelian barang melalui *online shop* pada siswa SMA Negeri 1 Bandar Dua Pidie Jaya.

### **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan harga diri dengan perilaku konformitas dalam pembelian barang melalui *online shop* pada siswa SMA Negeri 1 Bandar Dua Pidie Jaya?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan harga diri dengan perilaku konformitas dalam pembelian barang melalui *online shop* pada siswa SMA Negeri 1 Bandar Dua Pidie Jaya!

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dibidang psikologi sosial. Bagi penelitian lain diharapkan dapat menambah wawasan dibidang psikologi serta dapat dijadikan bahan pertimbangan referensi pada penelitian berikutnya.

#### 2. Manfaat praktis

Penelitian ini dapat membantu siswa untuk mengatasi dirinya sendiri atau mengurangi terjadinya perilaku konformitas dalam pembelian barang melalui

*online shop* di SMA Negeri 1 Bandar Dua Pidie Jaya. Penelitian ini juga dapat bermanfaat sebagai bahan alternatif bagi siswa untuk meningkatkan pengendalian diri dalam pengaruh lingkaran konformitas sesama siswa di sekolah.

### **E. Keaslian Penelitian**

Berdasarkan penelusuran judul peneliti ingin mengemukakan keaslian penelitian yang menyangkut dengan “hubungan harga diri dengan perilaku konformitas dalam pembelian barang melalui *online shop* pada siswa SMA Negeri 1 Bandar Dua Pidie Jaya”. Beberapa penelitian terdahulu didapat dari jurnal adalah sebagai berikut.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Prabasari & Suprihatin (2020) dengan judul “ Hubungan antara Harga Diri dan Konformitas dengan Perilaku Seksual Pranikah Mahasiswa di Tegal”. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2016 dan 2017 universitas x tegal. Dengan menggunakan teknik sampling yang digunakan adalah *cluster random sampling*. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku seksual pranikah mahasiswa di tegal.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Erawanti (2017) dengan judul” Hubungan Antara Konformitas dan Harga Diri Pada Mahasiswa yang menggunakan Hijab”. Subjek dalam penelitian ini adalah 100 Mahasiswa yang menggunakan Hijab dengan menggunakan teknik korelasi produk momen (2-tailet). Berdasarkan penelitian diatas terdapat variabel yang sama yang akan digunakan oleh peneliti yaitu konformitas dengan harga diri, tetapi penelitian

tersebut juga menunjukkan perbedaan pada jumlah responden, karakteristik responden, waktu penelitian dan lokasi penelitian.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurasaitma (2017) dengan Judul “Hubungan Antara Konformitas dan Harga Diri Dengan Perilaku Berbelanja Online Pada Mahasiswi”. Metode penelitian ini adalah kuantitatif, jumlah subjek dalam penelitian ini adalah 96 orang stratified purposive sampling. Berdasarkan penelitian diatas terdapat variabel yang sama yang akan digunakan oleh peneliti yaitu konformitas dengan harga diri, tetapi penelitian tersebut juga menunjukkan perbedaan pada jumlah responden, karakteristik responden, waktu penelitian dan lokasi penelitian.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Restika & Rinaldi (2021) dengan judul “Hubungan Antara Konformitas Dengan Harga Diri Pelanggan Coffee Shop di Kota Bukittinggi”. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan menggunakan subjek sebanyak 119 orang remaja yang berada dikota bukittinggi. Berdasarkan penelitian diatas terdapat variabel yang sama yang akan digunakan oleh peneliti yaitu konformitas dengan harga diri, tetapi penelitian tersebut juga menunjukkan perbedaan pada jumlah responden, karakteristik responden, waktu penelitian dan lokasi penelitian

Yang membedakan penelitian sekarang dengan penelitian sebelumnya adalah terdapat 190 responden, subjek dalam penelitian adalah siswa dan lokasi penelitian berada di sekolah menengah atas (SMA). Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik sample jenuh.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Konformitas**

##### **1. Pengertian Konformitas**

Konformitas merupakan jenis pengaruh sosial ketika individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma-norma sosial (Sarwono & Meinarno, 2009).

Menurut Santrock (2017) konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada.

Menurut King (2014) konformitas adalah perubahan dalam perilaku seseorang untuk menyelaraskan lebih dekat dengan standar kelompok. Menurut Myers (2012) konformitas merupakan perubahan perilaku sebagai akibat dari tekanan kelompok.

Menurut Baron & Byrne (2005) konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada.

Konformitas Menurut Taylor, Peplau, & Sear (2009) adalah kecenderungan seseorang untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok.

Berdasarkan uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku, persepsi, dan opini sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok tanpa tekanan secara langsung dari kelompok tersebut. Peneliti mengambil definisi konformitas dari tokoh Baron &



Byrne (2005) yaitu pengaruh sosial normatif dan informasional karena penjelasan dari aspeknya mudah dipahami dan dapat mengukur perilaku konformitas.

## 2. Aspek –aspek konformitas

Konformitas merupakan jenis pengaruh sosial ketika individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma-norma sosial yang ada (Sarwono & Meinarno, 2009). Menurut Baron & Byrne (2005) konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada.

Menurut Baron & Byrne (2005) terdapat 2 aspek dalam konformitas yaitu sebagai berikut:

a. Aspek normatif, yaitu keinginan untuk disukai dan rasa takut akan penolakan. Tampil semirip mungkin dengan orang lain, mendapat persetujuan dan penerimaan yang didambakan. Sumber konformitas ini dikenal pengaruh sosial normatif (*normative social influence*), karena pengaruh sosial ini meliputi perubahan tingkah laku untuk memenuhi harapan orang lain. Jika kecenderungan untuk melakukan konformitas terhadap norma sosial berakar, paling tidak sebagian, pada keinginan untuk disukai dan diterima oleh orang lain, maka masuk akal jika apapun yang dapat meningkatkan rasa takut akan penolakan oleh orang-orang juga akan meningkatkan konformitas. Satu hal yang dapat meningkatkan rasa takut akan penolakan adalah menyaksikan orang lain dijelek-jelekkkan. Ketika menyaksikan adegan semacam itu kita berharap agar dapat menghindari penolakan, dan salah satu cara melakukannya adalah dengan berpegang lebih kuat pada apa yang dianggap “dapat diterima” atau “pantas” dalam kelompok untuk

lebih menyesuaikan diri pada norma sosial yang ada. Janes dan Olson (2000) telah menguji pendapat tersebut, dan telah membuat istilah *jeer pressure* (tekanan dengan olok-olok) merujuk pada *peer pressure* (tekanan teman sebaya). Penelitian mereka memberikan dukungan pada peramalan bahwa ketika seseorang merasa takut akan penolakan dari orang lain (kemungkinan tekanan dengan olok-olok), mereka akan menunjukkan kecenderungan yang lebih besar untuk melakukan konformitas. Temuan ini memberikan dukungan tambahan bagi pandangan bahwa salah satu alasan mengapa melakukan konformitas adalah agar disukai oleh orang lain atau paling tidak untuk menghindari penolakan dari mereka.

b. Aspek informasional yaitu keinginan untuk merasa benar, menggunakan opini dan tindakan orang lain sebagai panduan opini dan tindakan sendiri. Tindakan dan opini orang lain menegaskan kenyataan sosial, dasar dari konformitas ini dikenal sebagai pengaruh sosial informasional (*informational social influence*), karena hal tersebut didasarkan pada kecenderungan untuk bergantung pada orang lain sebagai sumber informasi tentang berbagai aspek dunia sosial.

Adapun aspek- aspek konformitas menurut Sear, Freedman, & Peplau (2009) sebagai berikut:

a. kekompakan

kekompakan kekautan yang dimiliki kelompok acuan menyebabkan seseorang tertarik dan ingin tetap menjadi anggota kelompok. Eratnya hubungan seseorang

dengan kelompok acuan disebabkan perasaan suka antara anggota kelompok serta konformitas akan tinggi.

b. Solidaritas

Solidaritas, meliputi perasaan setia kawan, mendukung dan membantu menyelesaikan masalah anggota lain dan perhatian terhadap masalah anggota lain.

c. Kerjasama

Kerjasama, mampu bekerja sama dengan baik, dan berhasil menyelesaikan tugas bersama.

d. Daya tarik

Daya tarik, meliputi ketertarikan dengan anggota kelompok, kecocokan serta keikatan dengan kelompok.

e. Sejumlah kesenangan yang dimiliki oleh anggota.

3. Faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas

Rahkmat (2005) membagi faktor-faktor konformitas menjadi faktor situasional dan faktor personal.

a. faktor-faktor situasional yang menentukan perilaku konformitas adalah kejelasan situasi / konteks situasi, yaitu semakin tidak terstruktur dan tidak jelas situasi yang di hadapi, maka semakin besar kecenderungan orang untuk mengikuti kelompoknya. cara individu menyatakan penilaian dan perilakunya, yaitu orang yang memberikan penilaian positif pada orang lain menunjukkan dirinya memiliki kepribadian positif. Sebaliknya jika orang yang memberikan penilaian negatif pada orang lain menunjukkan dirinya memiliki kepribadian negatif. karakteristik sumber pengaruh, yaitu rela mengubah perilakunya untuk menyesuaikan diri

dengan standar kelompok menggunakan pakaian yang menjadi ciri khas dari kelompok. ukuran kelompok, yaitu semakin besar ukuran kelompok maka semakin tinggi tingkat konformitasnya. dan tingkat kesepakatan kelompok, yaitu kelompok yang dihadapkan pada keputusan akan merasa mendapat tekanan yang kuat untuk dapat menyesuaikan pendapat atau perilakunya.

- b. Faktor personal yang mempengaruhi konformitas adalah usia, yaitu usia remaja sangat rentan terjadinya konformitas terutama pada remaja awal karena pada tahap perkembangannya remaja memiliki keintiman dengan teman-teman sebaya. jenis kelamin, yaitu remaja putri secara khusus memiliki ketakutan dinilai negatif oleh teman-temannya sehingga mereka cenderung memilih untuk konformitas pada kelompok. stabilitas emosional, yaitu keadaan emosi individu yang mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitarnya. otoritarianisme, yaitu prinsip atau kepatuhan dalam bertindak. kecerdasan, yaitu kemampuan seseorang dalam memecahkan suatu masalah. dan harga diri, semakin tinggi harga diri yang dimiliki seseorang maka semakin rendah konformitas dan sebaliknya semakin tinggi konformitas maka semakin rendah harga diri pada seseorang.

(Pratiwi, Hardjono , & Nugroho , 2010).

## **B. Harga Diri**

### 1. Pengertian harga diri

Harga diri adalah keseluruhan cara yang digunakan individu untuk mengevaluasi diri membandingkan antara konsep diri yang ideal (*ideal-self*)

dengan konsep diri yang sebenarnya (*real- self*) harga diri ini dapat bernilai positif maupun negatif (Santrock, 2007)

Menurut Coopersmith, harga diri merupakan hasil evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri, evaluasi ini menyatakan suatu sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, dan berharga menurut standar dan penilaian pribadinya (Hidayat & Bashori, 2016).

Harga diri adalah Penilaian atau evaluasi secara negatif atau positif terhadap diri sendiri, Deaux, Dane, & Wrightsman, 1992 (Sarwono & Meinarno, 2009).

Berdasarkan beberapa pengertian harga diri diatas dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah penilaian individu terhadap dirinya sendiri, dan mengetahui bagaimana tingkat kepercayaan diri individu bahwa individu tersebut pantas dan berharga sesuai dengan standar penilaian yang ada pada dirinya.

## 2. Aspek-Aspek Harga Diri

Coopersmith mengemukakan empat aspek harga diri yaitu:

### a. Kekuasaan (*power*)

Kekuasaan adalah kemampuan untuk dapat mengatur dan mengendalikan tingkah laku diri sendiri dan orang lain.

### b. Keberartian (*significance*)

Keberartian adalah kepedulian, perhatian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Hal tersebut merupakan penghargaan dan ekspresi minat

orang lain terhadap individu serta merupakan tanda penerimaan dan popularitas individu.

c. Kebajikan (*virtue*)

Kebajikan adalah ketaatan mengikuti kode moral, etika, dan prinsip-prinsip keagamaan yang ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang dilarang dan melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh moral, etika, dan agama.

d. Kemampuan (*competence*)

Kemampuan adalah Sukses memenuhi tuntutan prestasi yang ditandai oleh keberhasilan individu dalam mengerjakan berbagai tugas atau pekerjaan dengan baik.

Rosenberg menyatakan bahwa harga diri memiliki dua aspek, yaitu penerimaan diri dan penghormatan diri. Kedua aspek tersebut memiliki lima dimensi yaitu:

a. Dimensi akademik yang mengacu pada persepsi individu terhadap kualitas pendidikannya.

b. Dimensi sosial yang mengacu pada persepsi individu terhadap hubungan sosialnya.

c. Dimensi emosional yang merupakan hubungan keterlibatan individu terhadap emosi yang dirasakan.

d. Dimensi keluarga yang mengacu pada keterlibatan individu dalam partisipasi dan integrasi dalam keluarga.

e. Dimensi fisik yang mengacu pada persepsi individu terhadap kondisi fisik.

Dapat disimpulkan bahwa Coopersmith mengemukakan empat aspek harga diri, empat aspek tersebut adalah kekuasaan, keberartian, kebajikan dan kemampuan. Aspek lain yang dikemukakan oleh Rosenberg yaitu terdapat lima aspek harga diri yaitu: dimensi akademik, dimensi sosial, dimensi emosional, dimensi keluarga, dan dimensi fisik (Hidayat & Bashori, 2016).

### 3. Faktor-Faktor Harga Diri

Menurut Coopersmith terdapat empat Faktor yang mempengaruhi harga diri yaitu:

#### a. Penerimaan atau penghinaan terhadap diri.

Individu yang merasa dirinya berharga akan memiliki penilaian yang lebih baik atau positif terhadap dirinya dibandingkan dengan individu yang tidak merasa seperti itu. Individu dengan harga diri yang baik akan mampu menghargai dirinya sendiri, menerima diri, dan tidak menganggap rendah dirinya. Individu dengan harga diri yang baik mengenali keterbatasan dirinya sendiri dan mempunyai harapan untuk maju dengan memahami potensi yang dimiliki. Sebaliknya, individu dengan harga diri rendah umumnya akan menghindari persahabatan, cenderung menyendiri, dan tidak puas akan dirinya, walaupun mereka yang memiliki harga diri rendah sesungguhnya memerlukan dukungan.

#### b. Kepemimpinan atau popularitas.

Seseorang mendapatkan validasi atas penilaian atau keberartian dirinya ketika ia menunjukkan perilaku yang sesuai dengan ekspektasi lingkungan. Salah



satu contohnya adalah pada lingkungan persaingan. Dalam lingkungan persaingan, individu dapat membuktikan seberapa besar kepemimpinannya dan kepopulerannya. Pada contoh ini, seseorang dapat membuktikan kepemimpinannya melalui kemampuannya mengatur tindakan. Hal ini dilakukan dengan memahami kelebihan dan kekurangan dirinya, hal yang membuktikannya dengan orang lain. Pembuktian akan kepopuleran individu dapat membuktikan seberapa besar kepemimpinan dan kepopulerannya. Pada contoh ini, seseorang dapat membuktikan kepemimpinannya melalui kemampuannya mengatur tindakan.

c. Keluarga dan orang tua.

Keluarga dan orang tua memiliki porsi yang besar yang mempengaruhi harga diri, karena keluarga merupakan modal utama dalam proses imitasi, alasan lainnya karena perasaan dihargai dalam keluarga adalah nilai penting dalam perkembangan harga diri.

d. Keterbukaan dan kecemasan.

Individu cenderung terbuka dalam menerima keyakinan, nilai, sikap, dan moral dari orang maupun lingkungan lain jika dirinya diterima dan dihargai. Sebaliknya, seseorang akan mengalami kekecewaan bila ditolak oleh lingkungannya (Hidayat & Bashori, 2016).

Michener, Delamater, dan Myers 2004 menyebutkan tiga faktor yang mempengaruhi harga diri, tiga faktor tersebut adalah *family experience*, *performance feedback* dan *social comparison*.

a. *Family experience*

*Family experience* adalah pengalaman hidup bersama keluarga, yang dapat pula berupa hubungan orang tua dan anak. *Family experience* sangat mempengaruhi perkembangan harga diri karena konsep diri yang dibangun mencerminkan gambaran diri yang dikomunikasikan atau disampaikan oleh orang-orang terpenting dalam hidupnya.

b. *Performance feedback*

*Performance feedback* adalah umpan balik yang terus menerus terhadap kualitas performa seseorang, seperti kesuksesan dan kegagalan. Kita memperoleh harga diri melalui pengalaman nyata ketika kita berhasil menorehkan prestasi, mencapai cita-cita dan mengatasi rintangan.

c. *Social comparison.*

*Social comparison.* adalah sangat penting bagi pembentukan harga diri karena perasaan memiliki kompetensi tertentu didasarkan pada perbandingan performa, baik dengan hasil yang diharapkan dari diri sendiri maupun dengan performa orang lain.

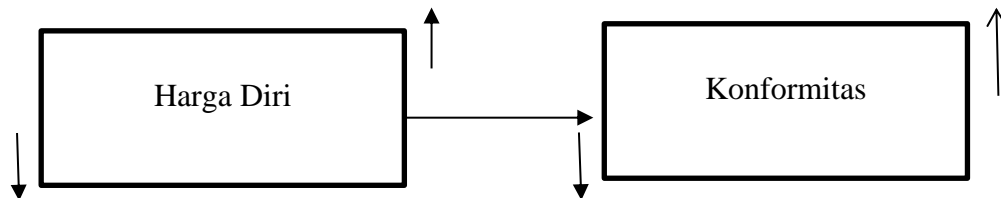
### **C. Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konformitas**

penelitian yang dilakukan oleh (Prabasari & Suprihatin , 2020). dengan judul “ Hubungan antara Harga Diri dan Konformitas dengan Perilaku Seksual Pranikah Mahasiswa di Tegal”. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis angkatan 2016 dan 2017 universitas x tegal. Dengan menggunakan teknik sampling yang digunakan adalah *cluster random sampling*.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku seksual pranikah mahasiswa di tegal.

Suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada disebut dengan konformitas (Baron & Byrne 2005). banyak tujuan yang ingin didapat menjadikan adanya sikap konformitas, antara lain supaya ada penerimaan kelompok, diakui eksistensinya sebagai anggota kelompok, mempunyai ketergantungan dengan kelompok, dan untuk menghindari sangsi dari kelompok. Konformitas menyebabkan mereka cenderung menghabiskan lebih banyak uangnya untuk menunjang penampilan dirinya dengan membeli barang-barang yang selalu baru serta bermerek dan sama dengan kelompoknya. Hidayati berpendapat seseorang menjadi suka berbelanja karena adanya *inferiority complex*, yaitu perasaan kecil dan rendah diri, untuk menutupi hal tersebut dilakukan dengan mengonsumsi barang-barang yang *tren* dan sedang menjadi mode di pergaulan. Seseorang melakukan perilaku berbelanja ketika melihat dalam kelompoknya sedang memakai barang yang sedang *tren* maka otomatis akan membeli barang yang sama dengan yang kelompoknya pakai, karena menyakini bahwa ketika dapat berpenampilan modis seperti teman-temannya maka seseorang akan diterima dengan baik didalam kelompok. Hal ini diperkuat oleh Hawkins, konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri dan mempunyai harga diri yang rendah akan membeli setiap produk yang mempunyai arti simbolik yang dianggap bisa menaikkan harga dirinya, sebaliknya seseorang dengan harga diri yang positif akan membangkitkan rasa percaya diri, penghargaan diri, rasa yakin akan

kemampuan diri, rasa berguna serta yakin kehadirannya diperlukan di dunia ini (Nurasaitma 2017).



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

#### D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual di atas maka peneliti mengajukan hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan negatif antara harga diri dengan konformitas dalam pembelian barang melalui *online shop* pada siswa SMA Negeri 1 Bandar Dua Pidie Jaya, artinya bahwa semakin tinggi harga diri maka semakin rendah konformitas dan sebaliknya semakin rendah harga diri maka semakin tinggi konformitas. Jika harga diri remaja cukup tinggi, maka ia akan dapat melakukan dan mengambil keputusan untuk dirinya sendiri tanpa dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Sebaliknya jika tingkat harga diri remaja rendah maka ia akan cenderung mengikuti tekanan dan kemauan sekitarnya serta teman sebayanya.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan dan Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik/kuantitatif, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif, 2017).

Metode korelasi, model umum yang digunakan dalam daya beda aitem adalah korelasi item dengan skor total. Item yang bagus mendukung fungsi umum skala. Skor korelasi item dengan skor total bergerak antara 0,00-1. Semakin tinggi nilai korelasi item dengan skor total skala, maka semakin bagus daya beda item tersebut. Item tersebut semakin mampu membedakan antara individu yang memiliki atribut dengan yang tidak. Sebaliknya, semakin rendah nilai korelasi item skor total, semakin rendah daya beda item tersebut (Periantalo, 2015).

#### **B. Identifikasi Variabel-variabel Penelitian**

Variabel dapat diartikan sebagai segala sesuatu hal yang akan menjadi objek penelitian. Variabel sering kali dinyatakan sebagai faktor-faktor yang berperan dalam peristiwa atau gejala yang akan diteliti (Suryabrata, 2008). Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat

(*dependent*). Variabel bebas merupakan variabel yang variasinya dapat mempengaruhi atau menyebabkan perubahan pada variabel lain. Sedangkan variabel terikat merupakan variabel yang diukur untuk mengetahui besarnya efek atau pengaruh yang diberikan oleh variabel lain (Azwar 2018).

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (X) : Harga Diri
2. Variabel Tergantung (Y) : Konformitas

### C. Definisi Operasional

#### 1. Harga Diri

Harga diri adalah hasil evaluasi individu terhadap dirinya sendiri yang diekspresikan dalam sikap terhadap diri sendiri. Evaluasi ini menyatakan suatu sikap penerimaan atau penolakan dan menunjukkan seberapa besar individu percaya bahwa dirinya mampu, berarti, berhasil, dan berharga menurut standar dan penilaian peribadinya. Aspek yang digunakan dari Coopersmith yaitu: kekuasaan (*power*), keberartian (*significance*), kebajikan (*virtue*), kemampuan (*competence*).

#### 2. Aspek-Aspek Harga Diri

Coopersmith mengemukakan empat aspek harga diri yaitu:

##### a. Kekuasaan (*power*)

Kekuasaan adalah kemampuan untuk dapat mengatur dan mengendalikan tingkah laku diri sendiri dan orang lain.

b. Keberartian (*significance*)

Keberartian adalah kepedulian, perhatian, dan afeksi yang diterima individu dari orang lain. Hal tersebut merupakan penghargaan dan ekspresi minat orang lain terhadap individu serta merupakan tanda penerimaan dan popularitas individu.

c. Kebajikan (*virtue*)

Kebajikan adalah ketaatan mengikuti kode moral, etika, dan prinsip-prinsip keagamaan yang ditandai oleh ketaatan untuk menjauhi tingkah laku yang dilarang dan melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh moral, etika, dan agama.

d. Kemampuan (*competence*)

Kemampuan adalah Sukses memenuhi tuntutan prestasi yang ditandai oleh keberhasilan individu dalam mengerjakan berbagai tugas atau pekerjaan dengan baik (Hidayat & Bashori 2016)

## 2. Konformitas

Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku sesuai dengan norma sosial yang ada. Aspek yang digunakan dari Baron & Byrne (2005) yaitu: aspek normatif, aspek informasional.

Menurut Baron & Byrne (2005) terdapat 2 aspek dalam konformitas yaitu sebagai berikut:

a. Aspek normatif, yaitu keinginan untuk disukai dan rasa takut akan penolakan. Tampil semirip mungkin dengan orang lain, mendapat persetujuan dan

penerimaan yang didambakan. Sumber konformitas ini dikenal pengaruh sosial normatif (normative social influence), karena pengaruh sosial ini meliputi perubahan tingkah laku untuk memenuhi harapan orang lain. Jika kecenderungan untuk melakukan konformitas terhadap norma sosial berakar, paling tidak sebagian, pada keinginan untuk disukai dan diterima oleh orang lain, maka masuk akal jika apapun yang dapat meningkatkan rasa takut akan penolakan oleh orang-orang juga akan meningkatkan konformitas. Satu hal yang dapat meningkatkan rasa takut akan penolakan adalah menyaksikan orang lain dijelek-jelekan. Ketika menyaksikan adegan semacam itu kita berharap agar dapat menghindari penolakan, dan salah satu cara melakukannya adalah dengan berpegang lebih kuat pada apa yang dianggap “dapat diterima” atau “pantas” dalam kelompok untuk lebih menyesuaikan diri pada norma sosial yang ada. Janes dan Olson (2000) telah menguji pendapat tersebut, dan telah membuat istilah *jeer pressure* (tekanan dengan olok-olok) merujuk pada *peer pressure* (tekanan teman sebaya). Penelitian mereka memberikan dukungan pada peramalan bahwa ketika seseorang merasa takut akan penolakan dari orang lain (kemungkinan tekanan dengan olok-olok), mereka akan menunjukkan kecenderungan yang lebih besar untuk melakukan konformitas. Temuan ini memberikan dukungan tambahan bagi pandangan bahwa salah satu alasan mengapa melakukan konformitas adalah agar disukai oleh orang lain atau paling tidak untuk menghindari penolakan dari mereka.

b. Aspek informasional, yaitu keinginan untuk merasa benar menggunakan opini dan tindakan orang lain sebagai panduan opini dan tindakan sendiri. Tindakan dan opini orang lain menegaskan kenyataan sosial, dasar dari



konformitas ini dikenal sebagai pengaruh sosial informasional (*informational social influence*), karena hal tersebut didasarkan pada kecenderungan untuk bergantung pada orang lain sebagai sumber informasi tentang berbagai aspek dunia sosial.

#### **D. Subjek Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2016). Populasi dari penelitian ini ialah siswa SMA yang masih aktif kelas 1 berjumlah 64 orang , kelas II berjumlah 63, dan III berjumlah 63 orang dari angkatan 2022 yang belum lulus. Populasi keseluruhan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 190 siswa.

##### **2. Sample**

Sampel merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi, sampel yang di ambil dari populasi harus benar-benar mewakili. Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan teknik sample jenuh, dikatakan simple jenuh bila semua anggota populasi digunakan sebagai sample. Maka dari itu penulis memilih sample menggunakan teknik sampling jenuh karena jumlah populasi yang relatif kecil, sehingga sample yang digunakan pada penelitian ini berjumlah 190 orang. 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 sebanyak 190 sampel siswa SMA (Sugiyono, 2016). Ada beberapa kriteria responden dalam penelitian ini :

1. Bersedia mengikuti proses penelitian sampai akhir
2. Siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya dari kelas I (64 siswa), II (63 siswa), dan III (63 siswa).

#### **E. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian**

##### 1. Administrasi Penelitian

Sebelum melaksanakan penelitian, peneliti mempersiapkan surat permohonan izin penelitian di bagian akademik Fakultas Psikologi UIN Ar-Raniry.

##### 2. Pelaksanaan Uji Coba (*Try Out*)

Pelaksanaan Uji Coba (*Try Out*) dilakukan pada 60 orang siswa Mas Darul Hikmah Kec Cadek. Skala penelitian disebarikan oleh peneliti kepada subjek melalui link *Google-form* dengan sarana media *online* seperti *whatsapp*, *facebook*, maupun *instargram*. Skala yang disebarikan oleh peneliti sebanyak 60 item, yang terdiri dari 28 item konformitas dan 32 item harga diri.

##### 3. Pelaksanaan penelitian

dilaksanakan di SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya. Skala penelitian disebarikan melalui link *Google-form* dengan sarana media *online* seperti *whatsaap*. Sebelum subjek mengisi kuesioner, peneliti mengkonfirmasi terlebih dahulu apakah subjek memiliki kriteria yang sudah ditetapkan.

## F. Teknik Pengumpulan Data

### 1. Instrument Penelitian

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam suatu penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi yaitu skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti (Sugiyono, 2016). Dalam skala *likert* terdapat pernyataan-pernyataan yang terdiri dari dua macam, yaitu pernyataan yang bersifat *favorable* (mendukung atau memihak pada objek sikap), dan pernyataan *unfavorable* (tidak mendukung objek sikap). Penelitian ini menggunakan dua skala yaitu skala harga diri dari Coopersmith dan skala perilaku konformitas dari Baron & Byrne.

Dalam penelitian ini akan dibagikan dua skala yang berbeda kepada setiap responden, yaitu skala harga diri dan skala perilaku konformitas. Skala penelitian berisi dua pernyataan, yaitu pernyataan *favorable* dan pertanyaan *unfavorable*. Pernyataan *favorable* yaitu pernyataan yang mendukung atribut yang diukur, sedangkan pernyataan *unfavorable* merupakan pernyataan yang tidak mendukung atribut yang diukur (Azwar, 2016). Alternatif pilihan jawaban yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan skala likert, yakni sangat sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS).

#### a. Skala konformitas

Berdasarkan skala konformitas pada penelitian ini disusun berdasarkan aspek - aspek konformitas menurut Baron & Byrne (2005). Secara detail dapat dilihat pada tabel *blue print* dibawah ini .

Tabel 3.1  
*Blue Print* Skala Konformitas

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah	%
			F	UF		
1.	Sosial Normatif	a. Keinginan untuk disukai oleh orang lain	1	4	16	
		b. Keinginan untuk diterima oleh orang lain	2	5		
		c. Rasa takut akan penolakan orang	3	6		
		d. Menyesuaikan diri pada norma sosial yang ada.	7	10		
		e. Perubahan tingkah laku untuk memenuhi harapan orang lain	11	8		
		f. Tampil semirip mungkin dengan orang lain,	9	12		
		g. mendapat persetujuan yang didambakan	13	16		
		h. mendapat penerimaan yang didambakan	14	17		
2.	Sosial Informasional	a. Keinginan untuk merasa benar	15	18	12	
		b. Menggunakan opini orang lain sebagai panduan opini	19	22		
		c. Menggunakan tindakan orang lain sebagai panduan opini	20	23		

d. Menggunakan tindakan dirinya sebagai panduan opini	21	24		
e. Opini orang lain menegaskan kenyataan sosial	25	27		
f. Bergantung pada orang lain tentang dunia sosial	26	28		
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>

Total aitem dari skala konformitas terdiri dari 28 *Favorable* dan *Unfavorable*. Item *favorable* berfungsi jika pernyataan mendukung indikator adanya perilaku konformitas pada siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya, dan sebaliknya item *Unfavorable* untuk pernyataan tidak mendukung indikator adanya perilaku konformitas.

#### b. Skala harga diri

Berdasarkan skala harga diri pada penelitian ini disusun berdasarkan aspek –aspek harga diri menurut Coopersmith. Secara detail dapat dilihat pada tabel *blue print* dibawah ini .

Tabel 3.2  
*Blue Print* Skala harga diri

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah	%
			F	UF		
1	Kekuasaan	a. Mampu mengatur tingkah laku diri sendiri	1	4	6	
		b. Mampu mengatur tingkah laku orang lain	2	5		
		c. Mampu mengendalikan tingkah laku diri sendiri	3	6		
		d. Mampu mengendalikan tingkah laku orang lain	7	10		

2	Keberartian	a. Peduli	8	11	6	
		b. Perhatian	9	12		
		c. Afeksi yang diterima individu dari orang lain	13	16		
3	Kebajikan	a. Taat menjauhi tingkah laku yang dilarang oleh moral	14	17	12	
		b. Taat menjauhi tingkah laku yang dilarang oleh etika	15	18		
		c. Taat menjauhi tingkah laku yang dilarang oleh agama	19	22		
		d. Melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh moral	20	23		
		e. Melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh etika	21	24		
		f. Melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh agama	25	28		
4	Kemampuan	a. Sukses memenuhi tuntutan prestasi	26	29	6	
		b. Keberhasilan individu dalam mengerjakan berbagai hal baik	27	30		
		c. Keberhasilan individu dalam pekerjaan	31	32		
		Total	16	16	32	100%

Total aitem dari skala harga diri terdiri dari 16 *Favorable* dan 16 *Unfavorable*. Item *favorable* berfungsi jika pernyataan mendukung indikator adanya harga diri pada siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya, dan sebaliknya item *Unfavorable* untuk pernyataan tidak mendukung indikator adanya harga diri.

Berdasarkan kedua skala diatas Skala harga diri dan skala konformitas mempunyai empat pilihan, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS), dan sangat tidak sesuai (STS). Penilaian dimulai dari skor empat sampai skor satu

untuk item *Favorable* dan dimulai dari skor satu sampai skor empat untuk item *unfavorable*.

Tabel 3.3  
Skor Item harga diri

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

### 1. Validitas

Validitas sering kali dikonsepsikan sebagai kemampuan suatu tes untuk mengukur secara akurat atribut yang seharusnya diukur. Suatu tes dikatakan valid bila tes tersebut mampu mengukur secara akurat apa yang dimaksudkan hendak diukurnya. Untuk mencapai validitas, skala yang telah disusun akan dinilai oleh beberapa orang *reviewer* dengan kualifikasi telah lulus strata (S2) dan memiliki keahlian dibidang psikologi. Tujuannya adalah untuk melihat apakah skala yang disusun sudah sesuai dengan konstruk psikologis yang diukur. Uji validitas pada penelitian ini adalah validitas isi, yaitu validitas yang diestimasi dan dikuantifikasi lewat pengujian isi skala oleh expert review (Azwar, 2016).

Lawshe merumuskan isi *Content Validity Ratio (CVR)* yang digunakan untuk mengukur validitas isi aitem - aitem berdasarkan data empirik yang diperoleh dari hasil penilaian para ahli yang disebut *Subject Matter Experts (SME)* menilai apakah suatu aitem esensial dan relevan ataupun tidak relevan dengan tujuan pengukuran skala (Azwar, 2016) . Adapun *Content Validity Ratio (CVR)* dirumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

ne = Banyaknya SME yang dinilai suatu aitem “esensial”

n = Banyaknya SME yang melakukan penilaian

Angka CVR bergerak antara -1,00 sampai dengan +1,00 dengan CVR = 0,00 yaitu 50% dari SME dalam panel menyatakan aitem esensial dan dapat dikategorikan aitem esensial valid (Azwar, 2016).

## 2. Uji Daya Beda Aitem

Indeks daya beda aitem adalah sejauh mana kemampuan suatu aitem untuk membedakan individu yang satu dari yang lainnya berdasarkan atribut yang diukur. Koefisien korelasi antara distribusi skor aitem dengan skor total adalah salah satu parameter gaya distriminasi aitem yang populer (Azwar, 2016). Rumus yang pakai dalam daya beda aitem penelitian ini adalah korelasi *product moment* dari *pearson* yang dapat dilihat di gambar sebagai berikut:

Gambar 3.2

Rumus *korelasi pearson*

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

Keterangan:

- $r_{xy}$  = koefisien *korelasi Person* variabel x dan y
- $\sum xy$  = jumlah perkalian variabel x dan y
- $\sum x$  = jumlah nilai variabel x
- $\sum y$  = jumlah nilai variabel y
- n = banyaknya sampe

### a. Uji Daya Beda Aitem Skala Konformitas dan harga diri

Kriteria dalam pemilihan aitem yang peneliti gunakan berdasarkan korelasi aitem yang menggunakan batasan  $r_{ix} \geq 0,3$  untuk aitem konformitas dan aitem



harga diri. Semua aitem yang mencapai koefisien korelasi minimal 0,3 daya bedanya dianggap memuaskan. Aitem yang memiliki harga rix kurang dari 0,3 dapat diinterpretasikan sebagai aitem yang memiliki daya beda rendah (Azwar, 2016).

### 3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah sebagai tingkat sejauh mana akuratnya sebuah alat ukur dalam melakukan pengukuran. Realibilitas pada penelitian ini menggunakan teknik pengukuran *Alpha Cronbach*. Pengolahan dan perhitungan data penelitian yaitu menggunakan program SPSS (*Statistical Package For the Social Science For Windows 21*). (Purwanto, 2016).

Purwanto (2016) mengemukakan bahwa realibilitas dinyatakan oleh koefisien realibilitas yang angkanya mendekati rentang 0.00 sampai dengan 1.0, semakin tinggi koefisien reabilitas yang mendekati angka 1.00 artinya semakin tinggi reabilitasnya. Apabila sebaliknya, koefisien yang semakin rendah mendekati angka 0 berarti semakin rendah reabilitasnya. Adapun untuk menghitung koefisien reabilitas pada skala ini digunakan teknik *Alpha* dengan rumus sebagai berikut:

Gambar 3.3

*Rumus Alpha*

$$a = \left[ 1 - \frac{Sy_1^2 \pm Sy_2^2}{Sx^2} \right]$$

keterangan :  $Sy_1^2 \pm Sy_2^2$  = varian skor Y1 dan varian skor Y2  
 $Sx$  = varian skor x

Tabel 3.4 *klasifikasi Realibilitas Alpha Cronbach*

Kriteria	Koefisien
Sangat Reliabel	$0,80 < r_{11} \leq 1,00$
Reliabel	$0,60 < r_{11} \leq 0,80$
Cukup Reliabel	$0,40 < r_{11} \leq 0,60$
Kurang Reliabel	$0,20 < r_{11} \leq 0,40$
Tidak Reliabel	$0,00 < r_{11} \leq 0,20$

## G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

### 1. Teknik Pengolahan Data

Teknik pengolahan data dalam suatu penelitian adalah langkah berikutnya yang dilakukan setelah pengumpulan data dilakukan. Tujuan pengolahan data adalah merubah data menjadi suatu informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.

### 2. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah cara untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis. Tujuannya untuk memperoleh kesimpulan dari hasil penelitian.

Ada beberapa teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

#### a. Uji Normalitas Sebaran

Uji normalitas sebaran merupakan teknik yang digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi secara normal atau tidak (Priyatno, 2011).

Apabila data yang dihasilkan tidak berdistribusi normal, maka analisis data secara parametrik tidak dapat digunakan (Sugiyono, 2017). Untuk menguji

normalitas pada penelitian ini, analisis data dilakukan secara non parametrik dengan menggunakan teknik statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov test* dari program SPSS. Kaidah yang digunakan adalah jika nilai  $p > 0,05$  maka data tersebut dapat dikatakan berdistribusi normal dan sebaliknya, jika nilai  $p < 0,05$  maka data tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal (Santoso, 2017).

#### b. Uji Linieritas Hubungan

Di samping uji normalitas, perlu dilakukan pula uji linieritas terhadap data yang dikumpulkan. Uji linieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel secara signifikan memiliki hubungan yang linier atau tidak. Dalam hal ini, data dapat dikatakan mempunyai hubungan yang linier apabila memiliki nilai  $F > 0,05$  pada *deviation from linierity*, dan apabila nilai signifikansi  $F < 0,05$  maka variabel memiliki hubungan tidak linier (Santoso, 2017). Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan *deviation from linierity*.

#### c. Uji Hipotesis

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “terdapat hubungan negatif antara konformitas dan harga diri pada siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya”. Untuk menguji hipotesis tersebut, teknik analisis data yang dapat digunakan adalah korelasi *product moment* dari Pearson untuk data yang berdistribusi normal dan korelasi *rho* ( $\rho$ ) dari Spearman untuk data dengan distribusi tidak normal. Menurut Periantalo (2016), koefisien korelasi dikatakan signifikan apabila nilai  $p < 0,05$ . Analisis data yang digunakan dalam penelitian

ini melalui bantuan komputer dengan menggunakan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 22.0 for Windows*.

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

Keterangan:

- $r_{xy}$  = koefisien *korelasi Person* variabel x dan y
- $\sum xy$  = jumlah perkalian variabel x dan y
- $\sum x$  = jumlah nilai variabel x
- $\sum y$  = jumlah nilai variabel y
- n = banyaknya sampel



## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Deskripsi Subjek Penelitian

Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya sejumlah 190 siswa dengan sampel yang digunakan yaitu sejumlah 190 siswa. Berikut data demografi sampel yang diperoleh pada penelitian ini.

##### 1. Subjek Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan, diperoleh data subjek dengan jenis kelamin laki-laki sejumlah 130 orang dengan presentasi sebesar 41% dan subjek dengan jenis kelamin perempuan sejumlah 190 orang dengan presentasi sebesar 59%. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa subjek yang mendominasi pada penelitian ini adalah subjek dengan jenis kelamin perempuan. Pemaparan di atas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1  
*Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Jenis Kelamin*

<b>Deskripsi Sampel</b>	<b>Kategori</b>	<b>Jumlah (n)</b>	<b>Persentase %</b>
Jenis Kelamin	Laki-Laki	67	35,3%
	Perempuan	123	64,7%
	<b>Jumlah</b>	<b>190</b>	<b>100 %</b>

##### 2. Subjek Berdasarkan Kelas

Subjek yang mendominasi pada penelitian ini berdasarkan kelas yaitu dari kelas XI dengan jumlah sampel sebanyak 86 orang dan presentasi sebesar 45,3%. Kemudian dilanjutkan dengan XII dengan jumlah sampel sebanyak 61 orang dan

presentasi sebesar 32,1%, serta di akhiri oleh kelas X dengan jumlah sampel sebanyak 43 orang dan presentasi sebesar 22,6%. Berikut tabel data demografi subjek berdasarkan kelas.

Tabel 4.2

*Data Demografi Subjek Penelitian Kategori Kelas*

<b>Deskripsi sampel</b>	<b>Kategori</b>	<b>Jumlah (n)</b>	<b>Persentase %</b>
Kelas	Kelas X	43	22,6 %
	Kelas XI	86	45,3%
	Kelas XII	61	32,1%
	<b>Jumlah</b>	<b>190</b>	<b>100 %</b>

## **B. Pelaksanaan Uji Coba (*Try Out*) dan Penelitian**

Uji coba (*try out*) alat ukur dilakukan selama 3 hari sejak tanggal 27 Februari sampai 30 Februari 2023. Peneliti melakukan uji coba (*try out*) secara *online* dengan menggunakan *google form* yang disebarakan melalui link berikut [https://docs.google.com/forms/d/1\\_q42XaJTx9jboA72\\_3jCa7XIbkY2o05wFh2VkyCuPc/edit](https://docs.google.com/forms/d/1_q42XaJTx9jboA72_3jCa7XIbkY2o05wFh2VkyCuPc/edit). Link tersebut disebarakan kembali melalui grup-grup chat di aplikasi *whatsapp*. Setelah data sampel *try out* terpenuhi, peneliti selanjutnya melakukan uji daya beda aitem untuk mengetahui aitem-aitem yang memenuhi persyaratan serta aitem-aitem yang harus digugurkan karena tidak memenuhi persyaratan atau memiliki daya beda aitem yang rendah. Aitem yang memenuhi persyaratan kemudian layak dipakai untuk pengumpulan data penelitian. Selanjutnya dilakukan penelitian secara *online* selama 4 hari sejak tanggal 4 April sampai 8 April 2023 dengan menggunakan *google form* yang disebarakan melalui link berikut <https://forms.gle/VcD7aM4hZfEB6tHA9>. Link tersebut dikirimkan melalui grup-grup pesan di *whatsapp* kepada seluruh siswa SMA I Bandar Dua

Pidie Jaya. Setelah kuota sampel pada penelitian terpenuhi sebanyak 190 orang, peneliti selanjutnya melakukan skoring dan analisis data dengan bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 22.0 for Windows*.

### 1. Hasil Uji Validitas Aitem

Hasil komputasi *content validity ratio* skala *konformitas* dengan skala harga diri dan di kuantifikasi melalui pengujian terhadap isi skala dari *expert judgment* yang terdiri dari beberapa orang *expert* untuk memeriksa apakah masing-masing aitem dapat mencerminkan ciri-ciri perilaku yang ingin diukur. Berikut hasil komputasi dari masing-masing skala yang dapat dilihat pada tabel 4.3 dan 4.4 berikut ini.

Tabel 4.3

*Koefisien CVR Skala Harga Diri*

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

Tabel 4.4

*Koefisien CVR Skala Konformitas*

No	Koefisien CVR	No	Koefisien CVR
1	1	15	1
2	1	16	0,5
3	1	17	1
4	1	18	1
5	0,5	19	1
6	0,5	20	1
7	0,5	21	1

8	0,5	22	1
9	1	23	1
10	1	24	1
11	1	25	1
12	1	26	1
13	1	27	1
14	1	28	1

Berdasarkan hasil komputasi *content validity ratio* skala konformitas pada tabel 4.3 dengan jumlah total aitem sebanyak 28, seluruh aitem nya menunjukkan nilai di atas nol (0). Begitu pula dengan hasil komputasi dari skala harga diri pada tabel 4.4 dengan jumlah total aitem sebanyak 32, seluruh aitem nya memiliki koefisien *CVR* dengan nilai di atas nol (0), sehingga semua aitem esensial dan dapat dinyatakan valid.

## 2. Hasil Uji Daya Beda Aitem

Hasil analisis koefisien korelasi data dari setiap aitem skala, baik skala konformitas maupun skala harga diri pada uji daya beda aitem yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.5 dan 4.6 berikut ini.

Tabel 4.5

### *Koefisien Daya Beda Aitem Skala Harga diri*

No	Rix	No	rix
1	0,482	17	0,598
2	0,444	18	0,365
3	<b>0,243</b>	19	0,291
4	0,379	20	<b>0,231</b>
5	0,379	21	0,262
6	<b>0,117</b>	22	0,407
7	<b>0,024</b>	23	0,407
8	<b>-0,046</b>	24	0,306
9	<b>-0,191</b>	25	0,463
10	0,567	26	0,432
11	0,576	27	0,308
12	0,392	28	0,499
13	0,256	29	0,486
14	<b>0,186</b>	30	0,589



<b>15</b>	<b>0,144</b>	31	0,299
<b>16</b>	<b>0,651</b>	32	<b>0,142</b>

Berdasarkan tabel 4.5 di atas ditemukan bahwa dari total 32 aitem harga diri terdapat 9 aitem yang memiliki nilai korelasi aitem total kurang dari 0,25 yaitu aitem 3, 6, 7, 8, 9,14, 15, 20, dan 32. Oleh karena itu, aitem-aitem tersebut dinyatakan gugur dan 23 aitem yang tersisa dapat digunakan untuk penelitian.

Tabel 4.6  
*Koefisien Daya Beda Aitem Skala Konformitas*

No	Rix	No	rix
<b>1</b>	<b>0,246</b>	15	<b>0,242</b>
<b>2</b>	0,301	16	0,570
<b>3</b>	<b>-0,151</b>	17	0,589
<b>4</b>	0,449	18	0,350
<b>5</b>	<b>0,212</b>	19	0,322
<b>6</b>	<b>0,212</b>	20	0,327
<b>7</b>	<b>0,159</b>	21	0,252
<b>8</b>	<b>0,009</b>	22	0,616
<b>9</b>	<b>-0,056</b>	23	0,299
<b>10</b>	<b>0,168</b>	24	0,383
<b>11</b>	<b>0,221</b>	25	0,324
<b>12</b>	0,259	26	0,470
<b>13</b>	<b>0,023</b>	27	0,445
<b>14</b>	<b>0,131</b>	28	<b>0,056</b>

Berdasarkan tabel 4.5 di atas ditemukan bahwa dari total 28 aitem konformitas terdapat 13 aitem yang memiliki nilai korelasi aitem total kurang dari 0,25 yaitu aitem 1, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12,13,14, 15, dan 28. Oleh karena itu, aitem-aitem tersebut dinyatakan gugur dan 15 aitem yang tersisa dapat digunakan untuk penelitian.

### 3. Hasil Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan uji reliabilitas pada skala konformitas diperoleh nilai  $\alpha = 0,716$ . Kemudian peneliti menggugurkan aitem-aitem yang memiliki daya beda rendah dan melakukan analisis tahap kedua sehingga diperoleh nilai  $\alpha = 0,100$ . Disamping itu, hasil uji reliabilitas awal pada skala harga diri memperoleh nilai  $\alpha = 0,823$ . Selanjutnya setelah aitem-aitem dengan daya beda rendah digugurkan dan dilakukan analisis tahap kedua, diperoleh nilai  $\alpha = 0,09$ . Berikut *blueprint* akhir dari kedua skala setelah dilakukan pengujian. Dapat dilihat pada tabel 4.7 dan 4.8 berikut ini.

Tabel 4.7  
*Blue Print Akhir Skala Harga Diri*

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah	%
			F	UF		
1	Kekuasaan	a. Mampu mengatur tingkah laku diri sendiri	1	3	5	
		b. Mampu mengatur tingkah laku orang lain	2	4		
		c. Mampu mengendalikan tingkah laku diri sendiri	-	-		
		d. Mampu mengendalikan tingkah laku orang lain	-	5		
2	Keberartian	a. Peduli	-	6	4	
		b. Perhatian	-	7		
		c. Afeksi yang diterima individu dari orang lain	8	9		
3	Kebajikan	a. Taat menjauhi tingkah laku yang dilarang oleh moral	-	10		

		b. Taat menjauhi tingkah laku yang dilarang oleh etika	-	11	
		c. Taat menjauhi tingkah laku yang dilarang oleh agama	12	13	
		d. Melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh moral	-	14	9
		e. Melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh etika	15	16	
		f. Melakukan tingkah laku yang diperbolehkan oleh agama	17	18	
		a. Sukses memenuhi tuntutan prestasi	19	20	
4	Kemampuan	b. Keberhasilan individu dalam mengerjakan berbagai hal baik	21	22	5
		c. Keberhasilan individu dalam pekerjaan	23	-	
		<b>Total</b>	<b>9</b>	<b>14</b>	<b>23</b>
					<b>100%</b>

Tabel 4.8  
*Blue Print Akhir Skala Konformitas*

No	Aspek	Indikator	Nomor Aitem		Jumlah	%
			F	UF		
1.	Sosial Normatif	a. Keinginan untuk disukai oleh orang lain	-	1	5	
		b. Keinginan untuk diterima oleh orang lain	2	-		
		c. Rasa takut akan penolakan orang	-	-		

		d. Menyesuaikan diri pada norma sosial yang ada.	-	-	
		e. Perubahan tingkah laku untuk memenuhi harapan orang lain	-	-	
		f. Tampil semirip mungkin dengan orang lain,	-	3	
		g. mendapat persetujuan yang didambakan	-	4	
		h. mendapat penerimaan yang didambakan	-	5	
2.	Sosial Informasional	a. Keinginan untuk merasa benar	-	6	10
		b. Menggunakan opini orang lain sebagai panduan opini	7	8	
		c. Menggunakan tindakan orang lain sebagai panduan opini	9	10	
		d. Menggunakan tindakan dirinya sebagai panduan opini	11	12	
		e. Opini orang lain menegaskan kenyataan sosial	13	-	
		f. Bergantung pada orang lain tentang dunia sosial	14	15	
		<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>9</b>	<b>15 100%</b>

## C. Hasil Penelitian

### 1. Kategorisasi Data Penelitian

Kategorisasi data sampel yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kategorisasi yang berdasarkan model distribusi normal dengan kategorisasi jenjang (ordinal). Azwar (2012) mengemukakan bahwa kategorisasi dapat menempatkan individu ke dalam suatu kelompok yang posisinya berjenjang menurut suatu kontinum dan berdasarkan pada atribut yang diukur. Kategorisasi ini dapat dilakukan dengan membuat kategorisasi skor subjek berdasarkan besarnya satuan deviasi standar populasi ( $\sigma$ ). Luasnya interval dari setiap kategori yang diinginkan dapat ditentukan secara subjektif selama penetapan tersebut berada dalam kategorisasi sampel penelitian yang terdiri dari tiga kategori, yaitu rendah, sedang dan tinggi. Hal ini karena kategorisasi ini bersifat relatif.

#### a. Harga Diri

Hasil analisis data deskriptif yang digunakan untuk melihat deskripsi data hipotetik (yang mungkin terjadi) dan data empirik (berdasarkan kenyataan di lapangan) dari variabel harga diri dapat dilihat pada tabel 4.9 berikut ini.

Tabel 4. 9  
*Deskripsi Data Penelitian Skala Harga Diri*

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	$X_{maks}$	$X_{min}$	$Mean$	$SD$	$X_{maks}$	$X_{min}$	$Mean$	$SD$
Harga Diri	92	23	103,5	88,2	76	48	56,9	3,7

Keterangan Rumus Skor Hipotetik :

$X_{min}$  (skor minimal) = Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.

$X_{maks}$  (skor maksimal) = Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.

$Mean$  (skor rata-rata) = Dengan rumus  $\mu$  (skor maks + skor min) : 2

$SD$  (standar deviasi) = Dengan rumus  $s = (\text{skor maks} - \text{skor min}) : 6$

Hasil deskriptif statistik data penelitian pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa secara hipotetik nilai minimal dalam penelitian adalah 23, nilai maksimal 92 dengan nilai rata-rata 103,5 dan standar deviasi 88,2. Disamping itu secara empirik ditunjukkan nilai minimal 48, nilai maksimal 76 dengan nilai rata-rata 56,9 dan standar deviasi 3,7. Hasil data tersebut menjadi batasan dalam melakukan kategorisasi sampel yang terdiri dari tiga kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal).

Berikut rumus kategorisasi yang digunakan.

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

Keterangan :

$$\begin{aligned} X &= \text{Rentang butir pernyataan} \\ M &= \text{Mean (rata-rata)} \\ SD &= \text{Standar deviasi} \end{aligned}$$

Tabel 4.10  
*Kategorisasi Harga Diri*

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Presentase %
<b>Rendah</b>	$X < 53,2$	14	7,4
<b>Sedang</b>	$53,2 \leq X < 60,6$	139	73,1
<b>Tinggi</b>	$60,6 \leq X$	37	19,5
<b>Jumlah</b>		<b>190</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.10 di atas ditemukan hasil harga diri pada siswa SMA Negeri I Bandar Dua yang berada pada kategori rendah terdiri dari 14 orang dengan presentasi sebesar 7,4%, kategori sedang terdiri dari 139 orang dengan presentasi sebesar 73,1%, dan kategori tinggi terdiri dari 37 orang dengan presentasi sebesar 19,5%.

### a. Konformitas

Hasil analisis data deskriptif yang digunakan untuk melihat deskripsi data hipotetik (yang mungkin terjadi) dan data empirik (berdasarkan kenyataan di lapangan) dari variabel konformitas dapat dilihat pada tabel 4.11 berikut ini.

Tabel 4. 11  
*Deskripsi Data Penelitian Skala Konformitas*

Variabel	Data Hipotetik				Data Empirik			
	<i>Xmaks</i>	<i>Xmin</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>	<i>Xmaks</i>	<i>Xmin</i>	<i>Mean</i>	<i>SD</i>
Konformitas	52	13	32,5	49,8	44	29	37,7	3

Keterangan Rumus Skor Hipotetik :

- Xmin* (skor minimal) = Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai terendah dari pembobotan pilihan jawaban.  
*Xmaks* (skor maksimal) = Hasil perkalian jumlah butir skala dengan nilai tertinggi dari pembobotan pilihan jawaban.  
*Mean* (skor rata-rata) = Dengan rumus  $\mu$  (skor maks + skor min) : 2  
*SD* (standar deviasi) = Dengan rumus  $s = (\text{skor maks} - \text{skor min}) : 6$

Hasil deskriptif statistik data penelitian pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa secara hipotetik nilai minimal dalam penelitian adalah 13, nilai maksimal 52 dengan nilai rata-rata 32,5 dan standar deviasi 49,8. Disamping itu secara empirik ditunjukkan nilai minimal 29, nilai maksimal 44 dengan nilai rata-rata 37,7 dan standar deviasi 3. Hasil data tersebut menjadi batasan dalam melakukan kategorisasi sampel yang terdiri dari tiga kategori yaitu rendah, sedang, dan tinggi dengan menggunakan metode kategorisasi jenjang (ordinal). Berikut rumus kategorisasi yang digunakan.

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

Keterangan :

X = Rentang butir pernyataan  
 M = *Mean* (rata-rata)  
 SD = Standar deviasi

Mengacu pada rumus kategorisasi di atas, maka didapatkan hasil kategorisasi konformitas sebagaimana pada tabel 4.12 berikut.

Tabel 4.12  
*Kategorisasi Konformitas*

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Presentase %
<b>Rendah</b>	$X < 34,7$	17	9
<b>Sedang</b>	$34,7 \leq X < 40,7$	116	61
<b>Tinggi</b>	$40,7 \leq X$	57	30
<b>Jumlah</b>		<b>190</b>	<b>100%</b>

Berdasarkan tabel 4.12 di atas ditemukan hasil Konformitas pada siswa SMA Negeri I Bandar Dua yang berada pada kategori rendah terdiri dari 17 orang dengan presentasi sebesar 9%, kategori sedang terdiri dari 116 orang dengan presentasi sebesar 61%, dan kategori tinggi terdiri dari 57 orang dengan presentasi sebesar 30%.

## 2. Uji Prasyarat

Uji prasyarat perlu dilakukan terlebih dahulu dilakukan sebelum melakukan uji hipotesis. Pada penelitian ini uji prasyarat dilakukan dalam dua pengujian, yaitu uji normalitas sebaran dan uji *linieritas* hubungan.

### a. Uji Normalitas Sebaran

Uji normalitas adalah suatu teknik yang digunakan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak (Priyatno, 2011). Pada



penelitian ini uji normalitas secara nonparametric dengan menggunakan teknik statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov* test dengan menggunakan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 22.0 for Windows*. Kaidah yang digunakan yaitu apabila nilai  $p > 0,05$ , maka data penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai  $p < 0,05$  maka data penelitian dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal (Santoso, 2017). Berikut hasil uji normalitas sebaran data penelitian.

Tabel 4. 13  
*Hasil Uji Normalitas Sebaran*

Variabel Penelitian	Koefisien K-S-Z	p
<b>Konformitas</b>	0.098	0.001
<b>Harga Diri</b>	0.089	0.000

Berdasarkan hasil analisis data pada tabel 4.13 di atas, diperoleh nilai  $p < 0,05$  pada kedua variabel di atas, konformitas yaitu 0,001 dan pada variabel harga diri dan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa hasil analisis tersebut tidak memenuhi kaidah uji normalitas sebaran, sehingga data penelitian ini dapat dikatakan tidak berdistribusi normal.

b. Uji *Linieritas* Hubungan - R A N I R Y

Setelah melakukan uji normalitas sebaran, peneliti kemudian melakukan uji *linieritas* hubungan kedua variabel. Menurut Imam (2016) uji linearitas merupakan suatu syarat bagi setiap uji hipotesis hubungan yang dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara kedua variabel penelitian memiliki hubungan yang linear atau tidak. Uji linearitas pada penelitian ini dilakukan dengan bantuan program *Statistical Package for Social Science (SPSS) version 22.0 for Windows* dengan menggunakan lajur *linearity* yang dapat dilihat pada tabel Anova. Kaidah

yang digunakan pada uji linearitas ini yaitu, apabila nilai  $p < 0,05$  maka hubungan kedua variabel dalam penelitian dapat dikatakan linear. Berikut hasil uji linearitas hubungan kedua variabel yang dilakukan pada penelitian ini.

Tabel 4. 14  
*Hasil Uji Linearitas Hubungan*

Variabel Penelitian	F Deviation From <i>Linierity</i>	P
Harga Diri dengan Konformitas	0,922	0,537

Berdasarkan tabel 4.14 di atas, hasil uji linearitas hubungan antara variabel Konformitas dengan Harga diri diperoleh *linearity* dengan nilai F = 0,922 dengan nilai  $p > 0,05$ , yaitu 0,537. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian memiliki hubungan yang linear dan tidak menyimpang dari garis lurus.

### 3. Uji Hipotesis

Setelah uji prasyarat dilakukan, peneliti selanjutnya melakukan uji hipotesis. (Sugiyono, 2016) mengemukakan bahwa apabila pada saat uji normalitas dilakukan data yang dihasilkan tidak berdistribusi normal, maka analisis data secara parametrik tidak dapat digunakan. Sehingga pada penelitian ini uji hipotesis dilakukan secara nonparametrik. Metode statistika nonparametrik merupakan suatu metode analisis data yang dapat digunakan tanpa memperhatikan bentuk distribusinya sehingga statistika ini sering juga disebut metode bebas sebaran (*distribution free methods*)

(Nugroho & Vusvitasari, 2008). Uji hipotesis secara nonparametrik yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan analisis korelasi *rho* ( $\rho$ ) dari

*spearman*. Metode ini digunakan untuk melihat keeratan hubungan antara kedua variabel. Berikut hasil analisis uji hipotesis yang dilakukan.

Tabel 4. 15  
*Uji Hipotesis Data Penelitian*

Variabel Penelitian	$\rho$	P
Harga Diri dengan Konformitas	0,111	0,128

Hasil uji hipotesis pada tabel 4.15 di atas menunjukkan nilai koefisien korelasi sebesar  $\rho = 0,111$  dengan nilai  $P = 0,128 > 0,05$ , artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara harga diri dengan perilaku konformitas dalam pembelian barang melalui *online shop* pada siswa SMAN 1 Bandar Dua yang berarti hipotesis pada penelitian ini ditolak.

#### **D. Pembahasan**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara hasil uji korelasi *rho* ( $\rho$ ) dari *Spearman* menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara harga diri dengan konformitas yang berarti hipotesis penelitian yang diajukan ditolak. Berdasarkan hasil uji kategorisasi data penelitian secara empirik Konformitas pada siswa SMA Negeri I Bandar Dua yang berada pada kategori rendah terdiri dari 12 orang dengan presentasi sebesar 6,3%, kategori sedang terdiri dari 133 orang dengan presentasi sebesar 70%, dan kategori tinggi terdiri dari 45 orang dengan presentasi sebesar 23,7% sebagaimana yang telah dipaparkan sebelumnya pada hasil penelitian. Pada penelitian ini uji normalitas secara nonparametric dengan menggunakan teknik statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov* test dengan menggunakan bantuan program *Statistical*

*Package for Social Science (SPSS) version 22.0 for Windows*. Kaidah yang digunakan yaitu apabila nilai  $p > 0,05$ , maka data penelitian dapat dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya apabila nilai  $p < 0,05$  maka data penelitian dapat dinyatakan tidak berdistribusi normal.

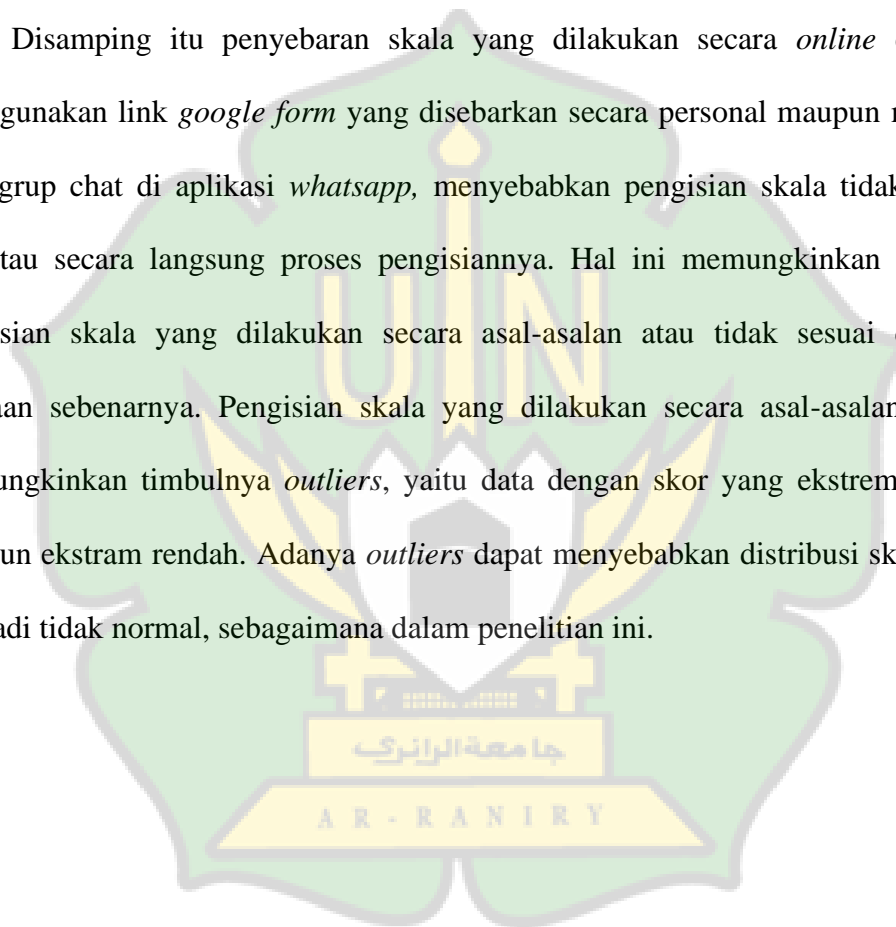
Subjek yang mendominasi pada penelitian ini berdasarkan kelas yaitu dari kelas XI dengan jumlah sampel sebanyak 86 orang dan presentasi sebesar 45,3%. Kemudian dilanjutkan dengan XII dengan jumlah sampel sebanyak 61 orang dan presentasi sebesar 32,1%, serta di akhiri oleh kelas X dengan jumlah sampel sebanyak 43 orang dan presentasisebesar 22,6%.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh (Erawanti , 2017) dengan judul Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Pada Mahasiswa Yang Menggunakan Hijab. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan harga diri pada mahasiswa yang menggunakan hijab yaitu semakin tinggi harga diri maka semakin rendah konformitas.

Hal ini dikarenakan dari hasil penelitian terlihat responden menjawab dengan alasan kewajiban bukan konformitas seperti yang telah diasumsikan oleh peneliti.

Dalam penelitian ini tentu terdapat keterbatasan, salah satunya yaitu pendekatan kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini membuat hasil penelitian hanya dapat diinterpretasikan ke dalam bentuk angka dan presentasi yang selanjutnya dideskripsikan kembali. Sehingga hasil penelitian ini tidak dapat melihat fenomena psikologi yang terjadi secara lebih luas. Hasil analisis pertama

pada penelitian ini menunjukkan adanya hubungan antara Harga Diri Dengan Perilaku Konformitas Pada Pembelian Barang Melalui *Online Shop* Pada Siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya . Dan hasil analisis kedua menunjukkan tidak adanya hubungan antara Harga Diri Dengan Perilaku Konformitas Pada Pembelian Barang Melalui *Online Shop* Pada Siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya. Disamping itu penyebaran skala yang dilakukan secara *online* dengan menggunakan link *google form* yang disebarakan secara personal maupun melalui grup-grup chat di aplikasi *whatsapp*, menyebabkan pengisian skala tidak dapat dipantau secara langsung proses pengisiannya. Hal ini memungkinkan adanya pengisian skala yang dilakukan secara asal-asalan atau tidak sesuai dengan keadaan sebenarnya. Pengisian skala yang dilakukan secara asal-asalan dapat memungkinkan timbulnya *outliers*, yaitu data dengan skor yang ekstrem tinggi maupun ekstrap rendah. Adanya *outliers* dapat menyebabkan distribusi skor data menjadi tidak normal, sebagaimana dalam penelitian ini.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini diperoleh nilai korelasi ( $\rho$ ) sebesar 0,111 dengan nilai signifikansi 0,128. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dengan perilaku konformitas pada siswa SMAN 1 Bandar Dua Pidie Jaya yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini ditolak. Hal ini dikarenakan dari hasil penelitian terlihat responden menjawab dengan alasan kewajiban bukan konformitas seperti yang telah diasumsikan oleh peneliti.

#### **B. Saran**

Berikut beberapa saran yang dapat peneliti berikan untuk kepentingan teoritis dan praktis pada penelitian yang serupa.

Diharapkan kepada siswa agar dapat menghargai diri sendiri dan kompak dalam segala hal yang positif, jangan hanya ingin mengikuti tren yang ada agar diterima dalam suatu kelompok maka pendapat sendiri diabaikan. Kepada peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan tema yang sama, agar dapat memperbaiki alat ukur yang telah digunakan agar menjadi lebih baik lagi dan dapat mengelompokkan atau memilih kriteria subjek secara lebih spesifik dan dapat mencari subjek penelitian yang lebih banyak dari pada sebelumnya. Selain itu peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode-metode yang berbeda dari peneliti sebelumnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Atrizka , D., Saputri , A., Sibarani , A. S., & Sugiharto, A. (2020). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Intensi Membeli Online Pada Mahasiswa Universitas HKBN Nomnemsen Medan . *Jurnal Diversita, ISSN: 2580-6793*, 251-259.
- Azwar, S. (2012). *Reabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2016). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2018). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka pelajar.
- Baron , R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial* . Jakarta : Erlangga.
- Dayakisni , & Hudaniah . (2009). *Psikologi Sosial* . Malang: UMM Press.
- Erawanti , C. K. (2017). *Jurnal Ilmiah Psikologi, Vol 10, No 1*, 142-151.
- Harahap , D. A., & Amanah, D. (2018). Perilaku Belanja Online di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 193-213.
- Hidayat, K., & Bashori, K. (2016). *Psikologi Sosial*. Erlangga.
- Imam, G. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- King, L. A. (2014). *Psikologi Umum*. Jakarta Selatan: Salemba.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial* . Jakarta Selatan : Salemba Humanika .
- Nugroho, S. A., & Vusvitasari, R. (2008). *Kajian*. (2008).
- Nurasaitma , I. S. (2017). Hubungan Antara Konformitas Dan Harga Diri Dengan Perilaku Berbelanja Online Pada Mahasiswi . *Psikoborneo, Vol 5, No 4, ISSN:2477-2674*, 494-502.
- Nurhayati . (2017). Belanja Online Sebagai Cara Belanja Di Kalangan Mahasiswa . *Aceh Antropological Jurnal, Vol 1, No 2*, 1-22.
- Periantalo, J. (2015). *Validasi Alat Ukur Pskologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pratiwi, N., Hardjono , & Nugroho , A. A. (2010). Hubungan Antara Konformitas dan Efikasi Diri Sosial Dengan Harga Diri Pada Taruna Akademi Kepolisian Tingkat III / Detasemen Ananta Hira . *Jurnal Wacana* , 1-19.
- Priyatno. (2011). *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Jogja: ANDI.
- Purwanto, E. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar .

- Rahmadani, F. (2019). Hubungan Konformitas Dan Harga Diri Dengan Motif Pembelian Tas Bermerek Pada Wanita Karir. *Psikoborneo, Vol 7, No 1, ISSN: 2477-2674*, 156-163.
- Rahmat, P. S. (2019). Fenomena Cara Belanja Online Shop Di Kalangan Mahasiswa. *Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi Vol 16, ISSN: 2614-5839*, 82-91.
- Santoso, S. (2017). *Statistik Multivarian dengan SPSS*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Santrock, J. W. (2007). *Remaja*. Hill Companies: Erlangga.
- Sarwono, S. W., & Meinarno, E. A. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sear, D., Freedman, J., & Peplau, L. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Yoeliastuti, Darlin Evalina, & Sugiyanto, E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga DAN Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Penjualan Online Shopee. *Jurnal Lentera Bisnis, Vol 10. No 2. ISSN: 2252-9993*, 212-223.







# Lampiran

Skala Tyout 1 ( Harga Diri )

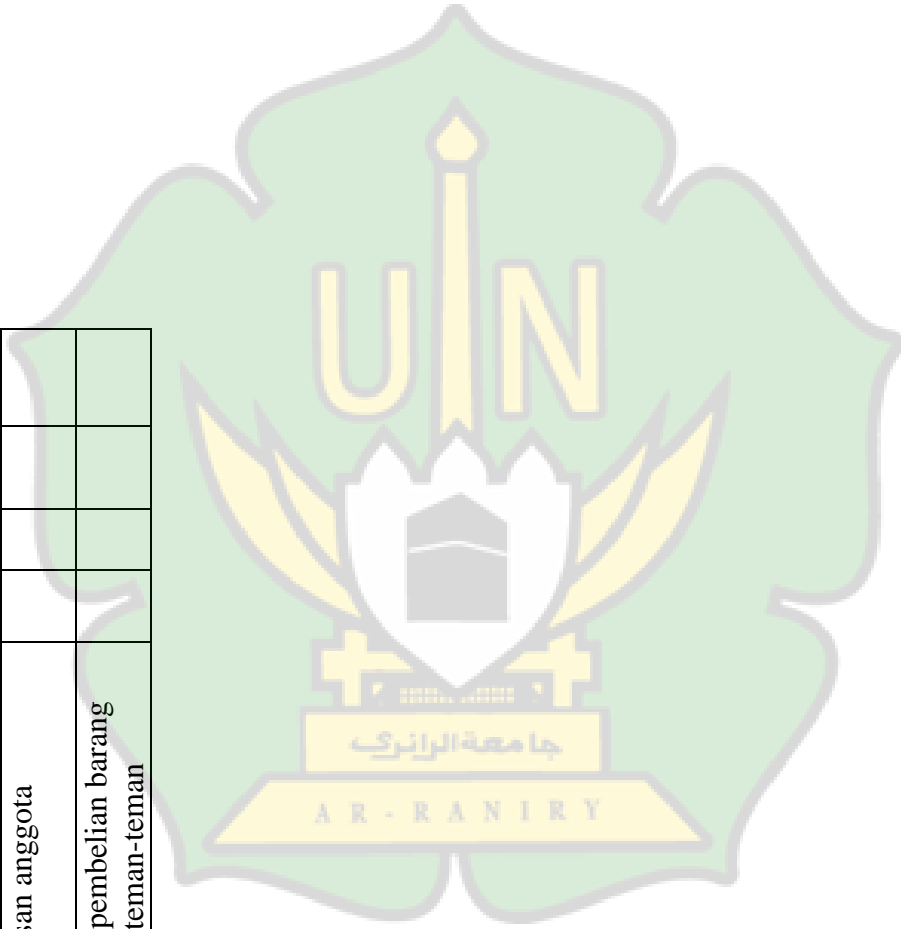
No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya dapat mengontrol diri saya dengan baik				
2.	Saya mengubah tingkah laku teman saya menjadi lebih baik				
3.	Saya kurang bisa mengontrol diri saya				
4.	saya mampu mengubah perilaku teman saya menjadi baik				
5.	saya tidak mampu mengubah perilaku teman saya menjadi baik				
6.	Teman-teman saya tidak peduli ketika saya sedih				
7.	Saat suasana perasaan saya sedang buruk, teman saya akan melakukan sesuatu untuk menghibur saya				
8.	seekali saya bolos dari sekolah				
9.	Saya selalu membuang sampah pada tempatnya				
10.	saat perasaan saya sedang buruk teman-teman saya tidak peduli dengan saya				
11.	seekali Saya bolos dari sekolah				
12.	Saya sering membuang sampah sembarangan				
13.	Saya selalu berterima kasih kepada orang yang membantu saya				
14.	saya selalu membantu orang lain yang membutuhkan bantuan				
15.	seekali saya tidak bersyukur atas apa yang diberikan oleh Allah				

16.	saya tidak pernah berterima kasih kepada orang yang membantu saya				
17.	saya tidak peduli dengan orang yang membutuhkan bantuan				
18.	saya sering membantu pekerjaan orang tua				
19.	Saya mampu menyelesaikan tugas-tugas yang diberikan oleh guru dengan baik				
20.	Saya patuh terhadap peraturan yang ada disekolah				
21.	sesekali saya tidak membantu pekerjaan orang tua				
22.	sesekali saya tidak patuh dengan peraturan yang ada disekolah				
23.	saya mampu memimpin anggota kelas dengan baik				

Skala Tryout 2 ( Konformitas )

No	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya berusaha menjadi bagian dari kelompok teman-teman saya				
2.	saya tidak tertarik dengan fashion teman-teman saya				
3.	Saya menyetujui hal-hal yang saya anggap baik meskipun teman-teman memiliki pendapat yang berbeda				
4.	Saya tidak tertarik berpenampilan sama dengan teman saya				
5.	Saya tidak tertarik dengan pujian				
6.	Saya merasa biasa saja ketika teman-teman kelompok menjauhi saya karena tidak memiliki model pakaian seperti mereka				
7.	Sering kali saya mengabaikan pendapat saya sendiri karena saya merasa apa yang dikatakan teman dalam kelompok lebih benar				
8.	Untuk menjaga kekompakan dalam kelompok saya akan mengikuti apa pun gaya kelompok				
9.	Saya mengikuti apa saja yang teman saya beli				
10.	Sebelum pendapat kelompok terbukti benar, saya tidak akan mempercayainya				
11.	saya tidak akan mengikuti gaya apapun dalam kelompok				
12.	Saya tidak tertarik dengan apa yang dibeli teman saya				

13.	Saya menyetujui setiap keputusan kelompok saat berbelanja di media sosial				
14.	Saya kurang setuju keputusan anggota kelompok				
15.	Saya mencari tahu tentang pembelian barang online di media sosial dari teman-teman				

















## Hasil Analisis Statistik Data Tryout

### Hasil Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas Skala Konformitas Tahap 1

#### Case Processing Summary

	N	%
Cases		
Valid	60	100.0
Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	60	100.0

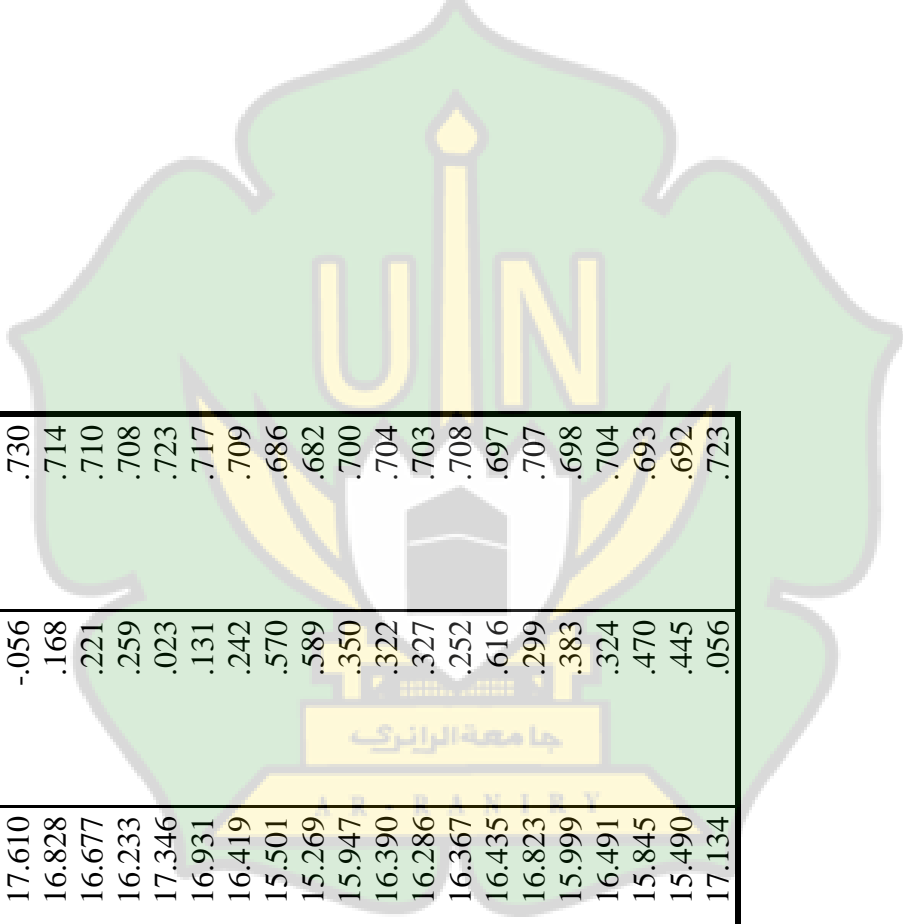
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.716	28

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	86.6833	16.084	.246	.710
VAR00002	86.6333	16.134	.301	.704
VAR00003	86.6333	17.999	-.151	.739
VAR00004	87.1500	17.113	.449	.709
VAR00005	87.1667	17.090	.212	.711
VAR00006	86.9667	16.609	.212	.711

VAR00007	86.9000	16.871	.159	.714
VAR00008	86.8333	17.362	.009	.725
VAR00009	86.8167	17.610	-.056	.730
VAR00010	86.9500	16.828	.168	.714
VAR00011	86.9667	16.677	.221	.710
VAR00012	86.7333	16.233	.259	.708
VAR00013	86.9000	17.346	.023	.723
VAR00014	86.8667	16.931	.131	.717
VAR00015	86.7667	16.419	.242	.709
VAR00016	87.0833	15.501	.570	.686
VAR00017	87.0500	15.269	.589	.682
VAR00018	86.9500	15.947	.350	.700
VAR00019	86.9833	16.390	.322	.704
VAR00020	86.9500	16.286	.327	.703
VAR00021	86.8500	16.367	.252	.708
VAR00022	87.1500	16.435	.616	.697
VAR00023	87.0833	16.823	.299	.707
VAR00024	86.9667	15.999	.383	.698
VAR00025	87.0167	16.491	.324	.704
VAR00026	87.0500	15.845	.470	.693
VAR00027	86.9667	15.490	.445	.692
VAR00028	86.5333	17.134	.056	.723



## Skala Konformitas Tahap 2

### Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	60	100.0
Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	60	100.0

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	.795
N of Items	15

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	43.8833	10.173	.047	.815
VAR00002	44.4000	10.244	.386	.792
VAR00003	43.9833	9.474	.255	.799
VAR00004	44.3333	8.870	.597	.768
VAR00005	44.3000	8.756	.589	.768
VAR00006	44.2000	8.942	.459	.779
VAR00007	44.2333	9.436	.394	.784
VAR00008	44.2000	9.247	.437	.781

VAR00009	44.1000	9.244	.367	.787
VAR00010	44.4000	9.600	.667	.777
VAR00011	44.3333	9.751	.416	.785
VAR00012	44.2167	9.020	.492	.776
VAR00013	44.2667	9.656	.339	.788
VAR00014	44.3000	9.197	.468	.779
VAR00015	44.2167	8.647	.535	.772

### Hasil Analisis Statistik Data Tryout

### Hasil Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas Skala Harga Diri Tahap 1

#### Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	60	100.0
Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	60	100.0

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.822	32

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	100.8167	25.949	.494	.811
VAR00002	100.9000	25.651	.448	.813
VAR00003	100.7833	27.223	.242	.821
VAR00004	101.3833	27.901	.401	.818
VAR00005	101.3833	27.901	.401	.818
VAR00006	101.2167	28.003	.121	.824
VAR00007	101.2667	28.470	.041	.825
VAR00008	101.2167	28.681	-.027	.828
VAR00009	101.0000	29.525	-.197	.838
VAR00010	101.3500	26.401	.578	.810
VAR00011	101.3500	26.367	.588	.810
VAR00012	101.2000	26.773	.393	.815
VAR00013	101.1000	27.346	.245	.821
VAR00014	101.0667	27.623	.177	.823
VAR00015	101.0667	27.792	.142	.825
VAR00016	101.2500	26.021	.640	.808
VAR00017	101.2500	26.191	.596	.809
VAR00018	101.1167	26.851	.360	.816
VAR00019	101.1000	26.905	.309	.818
VAR00020	101.0667	27.148	.250	.821
VAR00021	101.0000	26.949	.274	.820
VAR00022	101.2167	26.952	.416	.815
VAR00023	101.2167	26.952	.416	.815
VAR00024	101.1333	27.270	.275	.819



VAR00025	101.1833	26.661	.406	.815
VAR00026	100.4167	27.196	.539	.814
VAR00027	101.0167	26.932	.281	.820
VAR00028	101.1000	26.193	.498	.811
VAR00029	101.1167	26.308	.483	.812
VAR00030	101.0167	25.576	.591	.807
VAR00031	101.3000	27.536	.305	.819
VAR00032	101.2833	28.037	.147	.823

#### Data Tryout Skala Harga Diri Tahap 2

##### Case Processing Summary

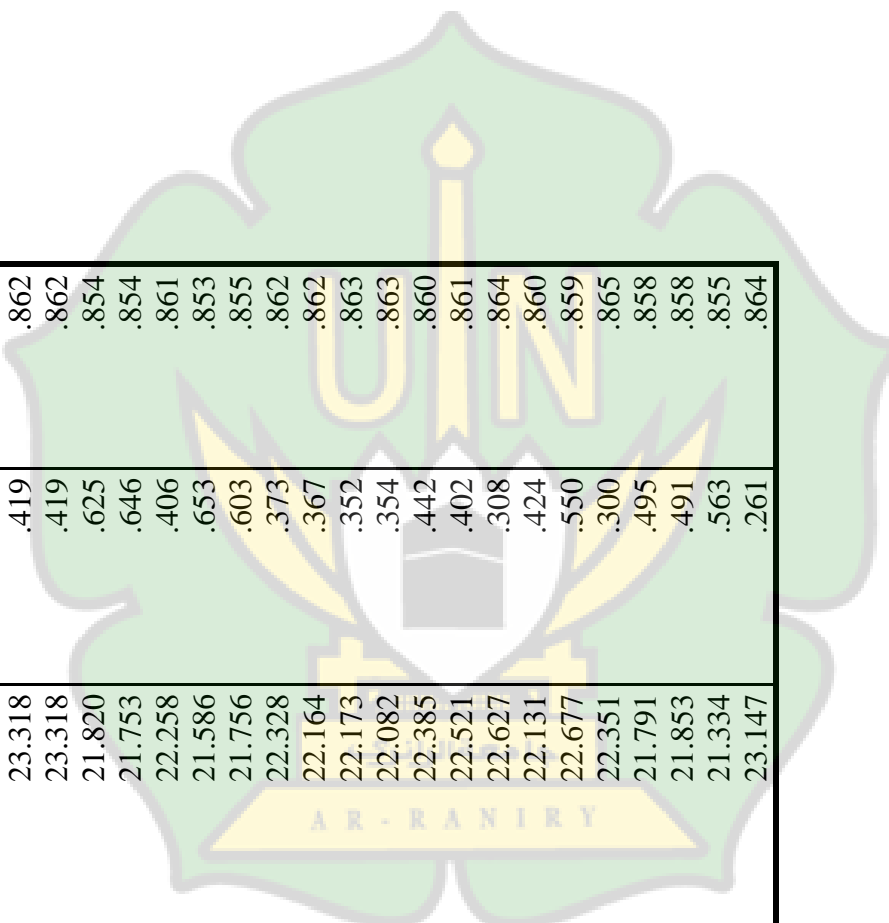
	N	%
Cases Valid	60	100.0
Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	60	100.0

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.865	23

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted



VAR00001	71.3667	21.456	.516	.857
VAR00002	71.4500	21.370	.430	.861
VAR00003	71.9333	23.318	.419	.862
VAR00004	71.9333	23.318	.419	.862
VAR00005	71.9000	21.820	.625	.854
VAR00006	71.9000	21.753	.646	.854
VAR00007	71.7500	22.258	.406	.861
VAR00008	71.8000	21.586	.653	.853
VAR00009	71.8000	21.756	.603	.855
VAR00010	71.6667	22.328	.373	.862
VAR00011	71.6500	22.164	.367	.862
VAR00012	71.6167	22.173	.352	.863
VAR00013	71.5500	22.082	.354	.863
VAR00014	71.7667	22.385	.442	.860
VAR00015	71.7667	22.521	.402	.861
VAR00016	71.6833	22.627	.308	.864
VAR00017	71.7333	22.131	.424	.860
VAR00018	70.9667	22.677	.550	.859
VAR00019	71.5667	22.351	.300	.865
VAR00020	71.6500	21.791	.495	.858
VAR00021	71.6667	21.853	.491	.858
VAR00022	71.5667	21.334	.563	.855
VAR00023	71.8500	23.147	.261	.864

TABULASI PENELITIAN KONFORMITAS

2	2	3	1	2	2	3	2	3	2	3	2	1	4	2	3	2	34
4	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	4	2	40
3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	4	41
3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	38
3	3	4	2	1	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	35
3	2	4	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	4	3	3	2	39
4	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	38
3	2	3	2	2	3	1	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	40
3	2	4	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	38
3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	2	38
3	2	3	2	4	1	2	2	2	2	2	2	1	2	4	3	2	36
4	3	2	2	1	3	2	3	1	1	3	1	3	1	2	3	3	34
3	2	2	4	2	2	3	1	2	1	4	2	4	2	4	3	1	35
2	2	3	2	4	3	2	2	2	2	3	1	3	1	3	3	2	36
3	3	2	1	3	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	35
2	2	1	2	3	1	2	3	4	3	1	2	2	2	2	1	3	32
2	2	2	3	1	2	1	4	1	1	3	2	2	2	2	2	1	29
2	3	3	2	3	1	3	3	2	1	3	4	1	3	4	1	3	36
4	3	4	2	2	3	2	3	4	2	1	3	4	4	4	2	2	43
3	1	4	3	3	2	2	3	2	1	3	1	3	1	2	1	2	33
2	2	2	1	4	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	33
4	2	3	3	4	1	3	3	4	3	3	3	3	2	1	2	2	41
3	2	4	3	3	1	2	4	2	2	4	3	4	3	3	4	4	43















3	2	4	2	2	1	3	3	3	1	2	2	3	36
3	1	3	2	2	2	4	4	3	2	2	2	3	40
4	1	4	1	2	2	3	4	2	1	1	3	2	36
4	2	3	2	1	1	3	3	2	3	2	4	1	37
3	1	3	2	3	1	3	3	2	3	2	4	2	38
3	1	1	4	4	2	4	4	3	2	3	2	2	40
4	1	3	3	4	1	4	3	3	1	2	2	3	40

TABULASI PENELITIAN HARGA DIRI

3	1	2	3	3	3	2	3	1	3	3	2	2	3	2	3	58
4	1	3	2	2	3	4	3	3	2	2	4	2	2	1	1	56
4	3	4	3	3	4	3	1	4	3	4	3	3	4	3	3	76
2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	57
4	3	3	3	4	4	3	4	1	3	3	3	4	3	4	3	76
4	3	1	2	3	2	3	2	4	3	2	3	1	3	2	1	54
3	2	2	4	2	2	2	1	3	4	3	1	4	2	2	3	53
3	3	3	1	4	3	2	4	2	2	3	3	3	2	2	3	61
2	3	2	3	1	3	3	2	4	3	1	3	3	2	3	2	57
2	2	1	2	1	3	3	2	2	3	3	3	2	1	2	4	51
4	3	2	2	3	2	2	3	4	2	3	3	2	2	2	3	58
2	1	2	4	4	1	2	4	2	2	3	4	2	2	1	3	59
3	2	3	2	3	3	2	2	4	3	3	1	3	2	2	3	59
1	2	2	3	3	2	2	1	3	4	2	1	3	1	2	2	50
3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	59
2	2	3	2	4	2	2	2	2	3	3	1	2	3	1	2	50











4	1	3	3	2	2	2	3	3	1	1	3	3	1	3	1	3	2	2	3	2	2	2	3	2	4	54
4	1	2	1	3	2	1	3	3	2	1	3	3	1	3	1	3	1	2	1	2	4	2	4	4	4	55
4	2	3	3	4	2	2	4	3	1	1	3	4	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	59
4	2	2	3	1	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	60
1	4	2	4	3	2	2	3	2	2	1	4	3	1	4	1	2	2	2	1	4	2	1	4	4	4	57
4	2	2	3	2	3	3	2	3	2	4	4	2	4	2	1	4	2	1	4	2	1	3	3	3	3	56
4	1	2	4	2	1	1	3	4	1	1	4	2	1	4	2	1	4	1	2	3	4	1	3	4	4	55
4	1	2	3	1	2	3	4	4	2	3	2	2	2	2	3	3	1	1	4	3	1	1	4	3	3	56
4	1	2	3	2	1	1	4	2	3	4	4	1	2	3	2	2	4	1	1	4	1	1	4	4	4	56
4	2	2	2	1	2	3	3	3	1	2	3	3	1	3	3	1	3	1	2	4	4	1	4	4	4	55
4	2	1	4	1	3	2	2	3	4	2	1	4	2	4	2	4	1	1	4	1	1	4	3	3	3	57
4	2	4	2	2	3	2	3	2	2	1	4	1	4	1	3	4	1	1	4	1	2	3	3	3	3	54
1	4	4	4	3	2	1	3	2	4	2	4	4	2	3	2	1	4	2	1	4	2	1	3	4	4	60
4	2	2	3	2	2	1	3	2	4	3	1	2	4	3	1	4	3	1	4	2	1	2	3	4	3	57
4	2	2	3	1	1	3	2	4	3	2	1	3	2	4	3	1	4	2	1	4	2	3	4	4	4	57
3	3	2	3	2	2	3	2	2	4	2	2	4	2	4	2	2	4	2	2	4	2	4	3	3	3	59
3	2	2	2	1	3	2	2	2	4	1	2	4	1	2	4	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	51
3	2	4	2	2	3	2	3	3	2	1	2	3	3	3	2	3	3	2	1	3	4	2	3	4	56	
3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	4	2	2	4	2	3	3	55	
4	1	2	4	2	3	1	3	4	2	2	3	2	2	3	2	2	4	2	1	3	4	2	3	4	59	
4	4	3	4	4	1	2	4	3	2	3	2	4	2	3	2	1	3	2	1	3	3	3	3	3	62	
4	1	2	3	2	1	4	3	2	1	4	1	3	2	1	1	3	2	1	3	2	1	3	4	4	54	
3	2	1	3	2	3	3	3	3	2	2	4	1	1	1	1	3	2	1	3	2	1	2	4	4	55	
3	2	3	3	2	1	4	2	3	4	2	3	3	2	1	4	2	1	4	2	2	3	4	4	4	60	
4	1	2	3	3	2	1	4	3	2	3	1	3	2	2	1	4	2	2	2	3	3	3	3	3	56	
4	1	3	3	4	3	2	3	2	3	3	4	3	2	3	1	2	3	2	1	3	2	1	3	3	60	





**Hasil Analisis Data Penelitian  
Hasil Uji Kategorisasi Harga Diri  
harga diri**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 48.00	1	.5	.5	.5
50.00	4	2.1	2.1	2.6
51.00	4	2.1	2.1	4.7
52.00	5	2.6	2.6	7.4
53.00	14	7.4	7.4	14.7
54.00	20	10.5	10.5	25.3
55.00	18	9.5	9.5	34.7
56.00	26	13.7	13.7	48.4
57.00	23	12.1	12.1	60.5
58.00	18	9.5	9.5	70.0
59.00	20	10.5	10.5	80.5
60.00	16	8.4	8.4	88.9
61.00	8	4.2	4.2	93.2
62.00	7	3.7	3.7	96.8
64.00	2	1.1	1.1	97.9
66.00	1	.5	.5	98.4
67.00	1	.5	.5	98.9
76.00	2	1.1	1.1	100.0
Total	190	100.0	100.0	

Kategorisasi Harga Diri

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Presentase %
<b>Rendah</b>	$X < 53,2$	14	7,4
<b>Sedang</b>	$53,2 \leq X < 60,6$	139	73,1
<b>Tinggi</b>	$60,6 \leq X$	37	19,5
<b>Jumlah</b>		<b>190</b>	<b>100%</b>

Hasil Uji Kategorisasi Konformitas

<b>Konformitas</b>				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 29.00	1	.5	.5	.5
30.00	1	.5	.5	1.1
31.00	3	1.6	1.6	2.6
32.00	5	2.6	2.6	5.3
33.00	7	3.7	3.7	8.9
34.00	10	5.3	5.3	14.2
35.00	16	8.4	8.4	22.6
36.00	21	11.1	11.1	33.7
37.00	21	11.1	11.1	44.7
38.00	32	16.8	16.8	61.6
39.00	16	8.4	8.4	70.0
40.00	23	12.1	12.1	82.1
41.00	13	6.8	6.8	88.9

42.00	9	4.7	4.7	93.7
43.00	8	4.2	4.2	97.9
44.00	4	2.1	2.1	100.0
Total	190	100.0	100.0	

### Kategorisasi Konformitas

Kategorisasi	Interval	Jumlah	Presentase %
<b>Rendah</b>	$X < 34,7$	17	9
<b>Sedang</b>	$34,7 \leq X < 40,7$	116	61
<b>Tinggi</b>	$40,7 \leq X$	57	30
Jumlah		<b>190</b>	<b>100%</b>

### Data Empirik Harga Diri dan komformitas

#### Statistics

	konformitas	harga diri
N	Valid 190	190
	Missing 0	0
Mean	37.7211	56.8947
Median	38.0000	57.0000
Mode	38.00	56.00
Std. Deviation	3.04657	3.70321
Skewness	-.193	1.448
Std. Error of Skewness	.176	.176

Kurtosis	-.202	6.410
Std. Error of Kurtosis	.351	.351
Minimum	29.00	48.00
Maximum	44.00	76.00
Sum	7167.00	10810.00

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Konformitas	harga diri
N	190	190
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	37.7211	56.8947
Mean	3.04657	3.70321
Std. Deviation	.089	.094
Absolute Positive	.079	.094
Negative	-.089	-.073
Test Statistic	.089	.094
Asymp. Sig. (2-tailed)	.001 <sup>c</sup>	.000 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Uji Limieritas**

**Case Processing Summary**

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
harga diri * konformitas	190	100.0%	0	0.0%	190	100.0%

**Report**

harga diri	Mean	N	Std. Deviation
konformitas	58.0000	1	
29.00	52.0000	1	
30.00	58.3333	3	2.08167
31.00	56.2000	5	3.76829
32.00	56.4286	7	2.43975
33.00	55.2000	10	3.22490
34.00	58.0625	16	5.39714
35.00	56.2381	21	2.99841
36.00	55.8571	21	3.02135
37.00	56.2188	32	2.87070
38.00	57.8750	16	3.13847
39.00	57.9130	23	3.83658
40.00	58.1538	13	6.34883
41.00			

42.00	57.7778	9	2.63523
43.00	56.1250	8	3.09089
44.00	58.0000	4	4.32049
Total	56.8947	190	3.70321

Anova Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
harga diri * konformitas Groups	208.628	15	13.909	1.015	.441
Linearity	31.863	1	31.863	2.326	.129
Deviation from Linearity	176.764	14	12.626	.922	.537
Within Groups	2383.267	174	13.697		
Total	2591.895	189			

## Uji Hipotesis

### Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
harga diri * konformitas	.111	.012	.284	.080

### Nonparametric Correlations

#### Correlations

	konformitas	harga diri
Konformitas	1	.111
Pearson Correlation		.128
Sig. (2-tailed)		190
N	190	190
harga diri	.111	1
Pearson Correlation	.128	
Sig. (2-tailed)	190	190
N	190	190