

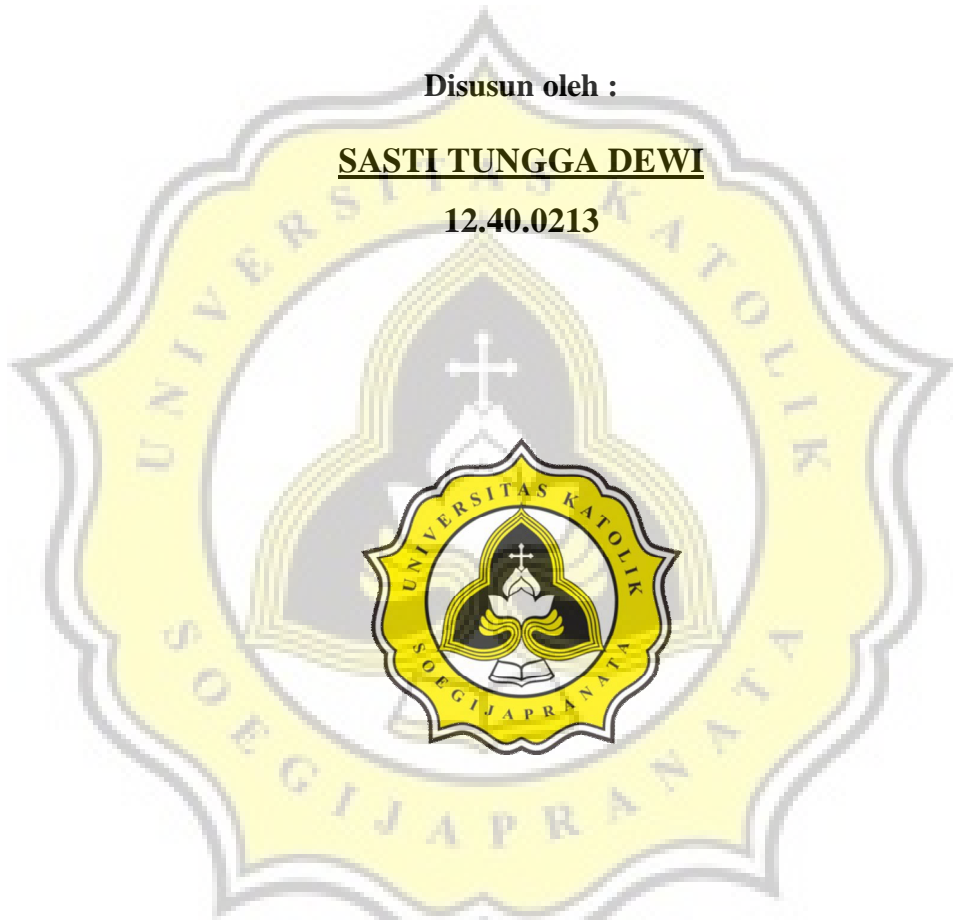
**PERILAKU KONSUMTIF MELIHAT IKLAN DI JEJARING  
SOSIAL DITINJAU DARI HARGA DIRI DAN JENIS KELAMIN  
PADA MAHASISWA**

**SKRIPSI**

Disusun oleh :

**SASTI TUNGGGA DEWI**

**12.40.0213**



**FAKULTAS PSIKOLOGI**

**UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2016**

**PERILAKU KONSUMTIF MELIHAT IKLAN DI JEJARING  
SOSIAL DITINJAU DARI HARGA DIRI DAN JENIS KELAMIN  
PADA MAHASISWA**

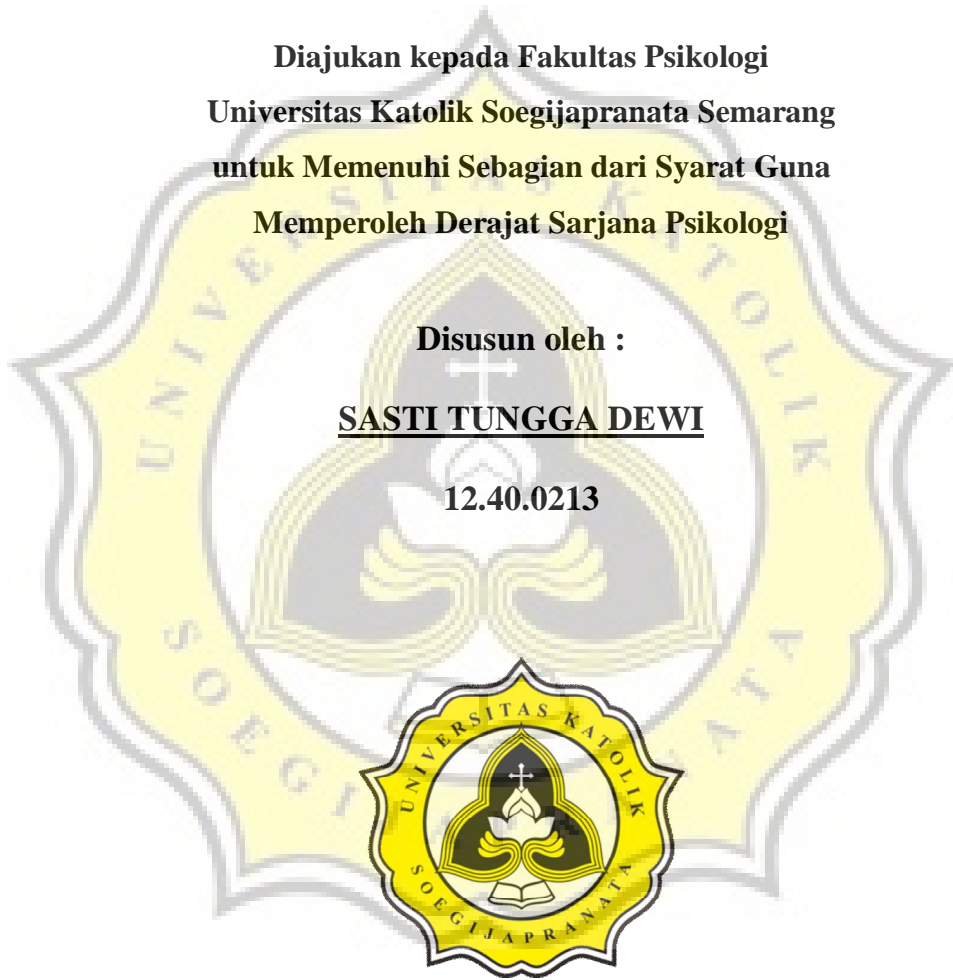
**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang  
untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna  
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**

**Disusun oleh :**

**SASTI TUNGGGA DEWI**

**12.40.0213**



**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2016**

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang  
dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna  
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**

Pada Tanggal

16 November 2016

Mengesahkan  
Fakultas Psikologi  
Universitas Katolik Soegijapranata

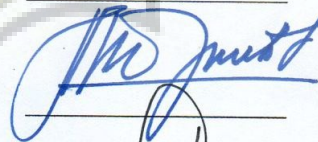
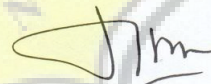
Dekan,



(Dr. M. Sih Setija Utami, M. Kes)

**Dewan Penguji**

1. Dr. Kristiana Haryanti , M.Si
2. Drs. Pius Heru Priyanto, M.Si
3. Damasia Linggarjati Novi, S.Psi., MA



## PERSEMBAHAN

*Allah SWT,  
yang memberikan Kemudahan , Keajaiban dan  
Kebahagiaan .*

*Bapak, Ibu, dan Mas Rangga ,  
selalu menjadi alasan akan semua Kebahagiaan dalam  
Kehidupanku .*

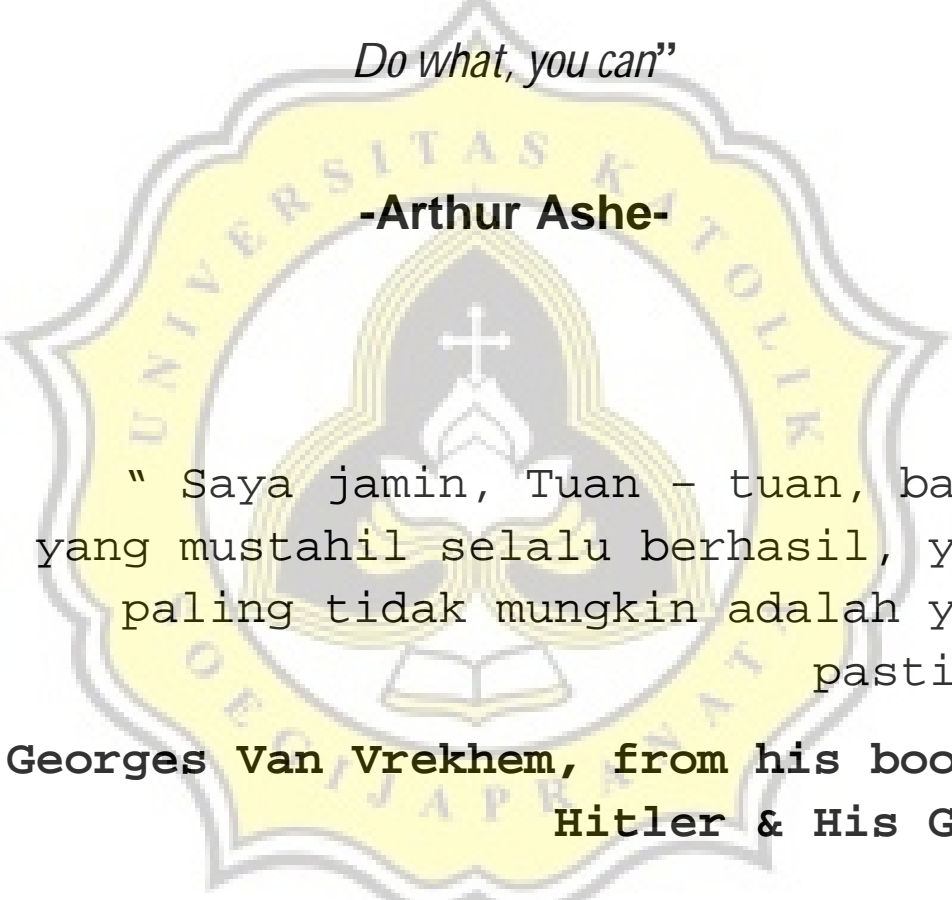
## MOTTO

*“Strat where , you are.*

*Use what, you have.*

*Do what, you can”*

**-Arthur Ashe-**



“ Saya jamin, Tuan – tuan, bahwa yang mustahil selalu berhasil, yang paling tidak mungkin adalah yang pasti..”

**Georges Van Vrekhem, from his book “  
Hitler & His God”**

## UCAPAN TERIMAKASIH

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala yang terbaik yang telah disediakan, atas semua yang indah pada waktunya, dan atas kemampuan dari – NYA penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Perilaku Konsumtif Melihat Iklan di Jejaring Sosial Ditinjau dari Harga Diri dan Jenis Kelamin Pada Mahasiswa”

Keluarbiasaan skripsi ini tidak lepas dari doa, dukungan, bimbingan, motivasi dari berbagai pihak yang menjadi bagian untuk melengkapi dan menyempurnakan penulis. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Ibu Dr. M. Sih Setija Utami, M. Kes, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Ibu Dr. Kristiana Haryanti , M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing saya dengan sabar dan baik, mengenalkan kepada penulis arti perjuangan dalam pembuatan skripsi yang sebenarnya, serta memotivasi penulis untuk membuktikan bahwa semua akan selesai jika dilakukan dengan sungguh – sungguh.
3. Ibu Lita Widyo Hastuti, S. Psi., M. A. selaku Dosen Wali kelas 04 angkatan 2012 yang selalu ramah, baik dan selalu membantu segala permasalahan anak kelas 04.
4. Seluruh Dosen dan Staff Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan banyak dukungan dalam berbagai hal.

5. Bapak Gunadi dan Ibu Sri Alaswati atas ketulusan, cinta , kasih sayang, didikan, kerja keras, pengorbanan, doa, dan semuanya yang luar biasa. Selalu memberikan yang terbaik untuk penulis serta segala macam motivasi dalam proses berjalanya skripsi. Masih terngiang pertanyaan yang monoton dari beliau “ hayo adek, dah kelar belum skripsinya? Jangan main terus” yang akhirnya sekarang dapat terjawab oleh penulis dan membuat beliau tersenyum lebih bahagia.
6. Mas Rangga Ganapati, satu – satunya saudara penulis yang selalu menjaga , menyayangi, sangat menginspirasi penulis dalam proses menyusun skripsi
7. Rinda, Inggar, Florensi, Zudi, teman istimewa yang selalu memberikan motivasi, menemani revisi, menemani bimbingan, mendengarkan keluh kesah tentang proses menyusun skripsi dan membantu dikala penulis sedang kesusahan dalam menyusun skripsi.
8. Intan, Haningtyas, Adhi, Gallan, Ichus, Firman, Dody, Bang Christ, Seno, Dimas, Atiko, Sendo teman seperjuangan sekaligus tim pengembira dalam segala keadaan dari awal kuliah dan terimakasih banyak membantu kelancaran penulis dalam proses penyusunan skripsi.
9. KENDAL’S X GANG, sahabat se – kota yang selalu setia menemani penulis duduk manis berbagi candatawa dan selalu membawa energi positif yang melengkapi proses penulis menyusun skripsi.
10. Para subyek penelitian yang telah meluangkan waktu untuk mengisi angket penelitian ini.
11. Keluarga kelas 04 angkatan 2012 atas kelas terbaik yang awalnya dipandang tidak baik.

12. Terimakasih Fakultas Psikologi UNIKA SOEGIJAPRANATA Semarang. ISTIMEWA !

13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak begitu sempurna, maka dengan rendah hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan serta memperkuat ilmu pengetahuan yang disampaikan dalam skripsi ini.

Semarang, 1 November 2016

Penulis





**PERILAKU KONSUMTIF MELIHAT IKLAN DI JEJARING  
SOSIAL DITINJAU DARI HARGA DIRI DAN JENIS KELAMIN  
PADA MAHASISWA**

**Sasti Tungga Dewi  
12.40.0213**

Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini untuk mengetahui hubungan harga diri dan jenis kelamin dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Subjek penelitian adalah mahasiswa Universitas Katolik Soegijapranata berjumlah 99 orang. Perilaku Konsumtif diungkap dengan menggunakan Skala perilaku konsumtif dan Harga Diri diungkap dengan menggunakan Skala Harga Diri. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan Teknik Analisis Regresi. Hasil analisis yang diperoleh  $R = 0,406$  dengan  $F = 9,481$  ( $p < 0,01$ ). Berdasarkan Teknik Analisis Regresi tersebut menunjukkan ada hubungan antara harga diri dan jenis kelamin dengan perilaku konsumtif dan hipotesis diterima. Hipotesis minor pertama memiliki nilai korelasi sebesar  $-0,383$  dengan ( $p < 0,01$ ). Berdasarkan teknik analisis korelasi *Product Moment* tersebut menunjukkan ada hubungan negatif antara harga diri dengan perilaku konsumtif dan hipotesis diterima. Hipotesis minor kedua, memiliki nilai uji beda sebesar 3,723 nilai  $p = 0,000$  ( $p < 0,01$ ). Berdasarkan hasil uji *t-test* tersebut menunjukkan bahwa ada perbedaan perilaku konsumtif mahasiswa laki – laki dengan perempuan dan hipotesis diterima. Sumbangan efektif (Se) harga diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 14,7% sedangkan 85,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain dari perilaku konsumtif yang tidak diteliti dalam penelitian kali ini.

**Kata Kunci :** *perilaku konsumtif, harga diri, jenis kelamin*

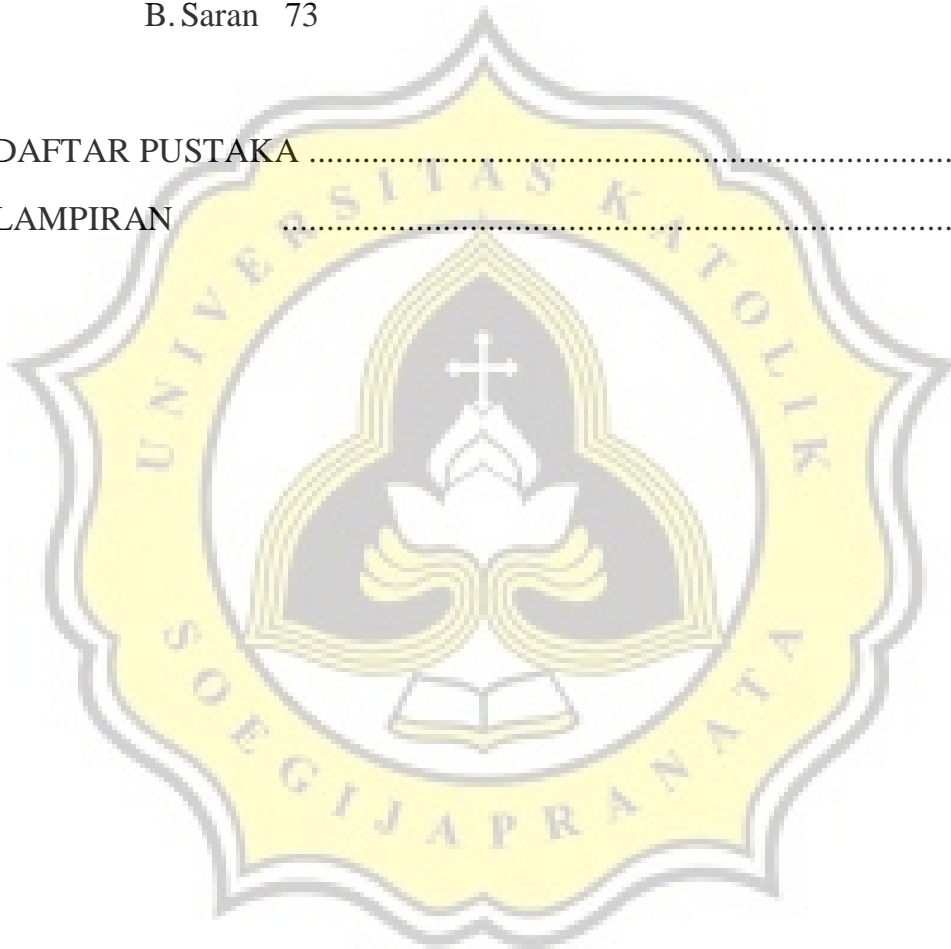
## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
HALAMAN UCAPAN TERIMA KASIH .....	v
ABSTRAKSI .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
<b>BAB I      PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Tujuan Penelitian .....	10
C. Manfaat Penelitian .....	10
1. Manfaat Teoritis .....	10
2. Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II      TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
A. Perilaku Konsumtif .....	11
1. Pengertian Perilaku Konsumtif .....	11
2. Aspek – aspek Perilaku Konsumtif .....	12
3. Faktor – faktor Perilaku Konsumtif .....	16
B. Harga Diri .....	26

1. Pengertian Harga Diri .....	26
2. Aspek – aspek Harga Diri .....	28
C. Jenis Kelamin.....	31
1. Definisi Jenis Kelamin .....	31
2. Tanda – tanda Jenis Kelamin.....	32
D. Hubungan antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif .....	33
E. Hubungan antara Jenis Kelamin dengan Perilaku Konsumtif .....	38
F. Hubungan Harga Diri dan Jenis Kelamin dengan Perilaku Konsumtif.....	41
G. Hipotesis .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>45</b>
A. Metode Penelitian .....	45
B. Identifikasi Variabel Penelitian .....	45
C. Definisi Operasional.....	45
1. Perilaku Konsumtif .....	45
2. Harga Diri .....	46
3. Jenis Kelamin.....	46
D. Populasi dan Pengambilan data .....	47
1. Populasi .....	47
2. Teknik Pengambilan Sampel.....	47
E. Metode Pengumpulan Data .....	48
1. Skala Perilaku Konsumtif.....	48

2.Skala Harga Diri .....	49
F. Uji Coba Alat Ukur .....	50
1.Validasi Alat Ukur .....	50
2.Reliabilitas Alat Ukur .....	51
G.Metode Analisis Data .....	52
BAB IV PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN .....	53
A. Orientasi Kancan Penelitian .....	53
B. Persiapan Penelitian .....	55
1.Penyusunan Skala Penelitian .....	55
a. Skala Perilaku Konsumtif .....	55
b. Skala Harga Diri .....	56
2.Tahap Perijinan Penelitian .....	57
C. Pelaksanaan Penelitian .....	58
D.Hasil Uji Coba Alat Ukur .....	59
1.Validitas dan Reliabilitas	
Skala Perilaku Konsumtif .....	59
2.Validitas dan Reliabilitas Skala Harga Diri .....	60
BAB V HASIL PENELITIAN .....	62
A. Hasil Penelitian .....	62
1.Uji Asumsi .....	63
a. Uji Normalitas .....	63
b. Uji Linieritas .....	63
c. Uji Homogenitas.....	64

d. Uji Hipotesis.....	64
B. Pembahasan .....	66
 BAB VI PENUTUP .....	 72
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran	73
 DAFTAR PUSTAKA .....	 75
LAMPIRAN .....	79



## DAFTAR GAMBAR DAN TABEL

Gambar 1	Grafik Jumlah Mahasiswa Baru.....	54
Tabel 1	Blue Print Rancangan Skala Perilaku Konsumtif .....	49
Tabel 2	Blue Print Rancangan Skala Harga Diri.....	50
Tabel 3	Jumlah Mahasiswa Aktif Universitas Katolik Soegijapranata.....	53
Tabel 4	Sebaran Nomer Item Skala Perilaku Konsumtif.....	56
Tabel 5	Sebaran Nomer Item Skala Harga Diri .....	56
Tabel 6	Data Subjek Penelitian .....	59
Tabel 7	Sebaran Item Valid dan Item Gugur Skala Perilaku Konsumtif.....	60
Tabel 8	Sebaran Nomor Item Baru Skala Harga Diri.....	61
Tabel 9	Hasil Uji Normalitas .....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN .....	79
LAMPIRAN A SKALA PENELITIAN .....	80
A-1 Skala Perilaku Konsumtif .....	81
A-2 Skala Harga Diri .....	84
LAMPIRAN B DATA KASAR .....	87
B-1 Data Kasar Perilaku Konsumtif.....	88
B-2 Data Kasar Harga Diri .....	97
LAMPIRAN C UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	106
C-1 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif .....	108
C-2 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Harga Diri .....	113
LAMPIRAN D DATA PENELITIAN .....	116
LAMPIRAN E UJI ASUMSI .....	119
E-1 Uji Normalitas .....	120
E-2 Uji Linearitas .....	123
LAMPIRAN F ANALISIS DATA	
Hasil Korelasi <i>Product Moment</i> dan <i>t – test</i> .....	126
LAMPIRAN G SURAT PENELITIAN .....	129
G-1 Surat Ijin Penelitian.....	130
G-2 Surat Bukti Penelitian .....	133