

BAB 5

Hasil dan Pembahasan

5.1. Hasil Penelitian

5.1.1 Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan terlebih dahulu sebelum melakukan uji hipotesis. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas dan uji linieritas. Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah sebaran data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas dan variabel tergantung memiliki hubungan yang linier atau tidak.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan teknik Kolmogorov Smirnov dengan SPSS 25.0. Distribusi data normal apabila $p > 0,05$. Hasil uji normalitas untuk variabel perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri menunjukkan hasil K-S Z sebesar 0,582 dengan $p = 0,887$ ($p > 0,05$) yang berarti distribusi penyebarannya normal. Hasil uji normalitas untuk variabel konsep diri menunjukkan hasil K-S Z sebesar 0,708 dengan $p = 0,698$ ($p > 0,05$) yang berarti distribusi penyebarannya normal.

2. Uji Linieritas

Berdasarkan hasil uji linieritas nilai F_{Linear} sebesar 3,742 dengan $p = 0,056$ ($p \leq 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang linier antara perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri dan konsep diri.

5.2. Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi, tahap selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan penghitungan uji hipotesis dengan menggunakan program *Statistical Packages for Social Sciences (SPSS)* versi 25. Uji hipotesis ini menggunakan korelasi *Product Moment* dari Carl Pearson. Hasil uji korelasi *Product Moment* yang menguji konsep diri dengan perilaku konsumtif diperoleh $r_{xy} = -0,208$ dengan nilai $p = 0,028$ ($p < 0,05$). Berdasarkan hasil olah data diatas, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang berbunyi “ada hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri” diterima.

5.3. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan teknik Korelasi Pearson, diperoleh hasil $r_{xy} = -0,208$ dengan nilai $p = 0,028$ ($p < 0,05$). Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri, semakin tinggi konsep diri maka semakin rendah perilaku konsumtif pembelian kosmetik dan sebaliknya. Hasil tersebut mendukung beberapa penelitian yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif dan menunjukkan bahwa remaja putri yang mempunyai konsep diri yang baik akan mampu mengendalikan perilaku konsumtifnya.

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat dilihat bahwa konsep diri remaja putri memberikan sumbangan efektif sebesar 4,3% pada perilaku konsumtif pembelian kosmetik. Hal ini berarti konsep diri mempunyai pengaruh bagi perilaku konsumtif pembelian kosmetik pada remaja putri sebesar 4,3%, sedangkan sisanya

95,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Dharmmesta dan Handoko (dalam Nugraheni, 2018) menjelaskan faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor internal (motivasi, pengamatan, belajar, kepribadian, konsep diri, dan sikap) selanjutnya ada faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi, dan keluarga).

Fitriani dan Romas (2014) menjelaskan bahwa remaja yang mempunyai konsep diri positif cenderung tidak mudah terpengaruh oleh bujuk rayu temannya, sehingga kecenderungannya berperilaku konsumtif kecil. Remaja dengan konsep diri negatif cenderung berperilaku konsumtif agar tidak kehilangan temannya.

Hal ini juga sejalan oleh Ermawati dan Indriyati (2011) bahwa remaja yang mempunyai konsep diri tinggi, sebelum membeli sesuatu akan mempertimbangkan terlebih dahulu kegunaan dari barang yang diperlukannya, apa yang dibelinya cenderung sesuatu yang memang dibutuhkan dan tidak sembarangan karena untuk meminimalisir terwujudnya perilaku konsumtif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitriani dan Romas (2014) yang menunjukkan bahwa adanya hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. Penelitian tersebut diperoleh $r_{xy} = -0,673$ dengan nilai $p < 0,01$ dengan menunjukkan sumbangan efektif variabel konsep diri terhadap perilaku konsumtif sebesar 45,3%. Penelitian lain yang sejalan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Lato dan Kusumadewi (2018), dalam penelitian tersebut diperoleh $r_{xy} = -0,547$ dengan nilai $p < 0,01$ dengan variabel konsep diri memiliki pengaruh sebesar 29,9% terhadap variabel perilaku konsumtif.

Penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Ermawati dan Indriyati (2011) dalam penelitiannya memperoleh $r_{xy} = -0,401$ dengan nilai $p < 0,01$ dengan sumbangan efektif sebesar 16,1% terhadap variabel perilaku konsumtif.

Dalam penelitian ini tidak terlepas dari berbagai kelemahan yang bisa memengaruhi hasil penelitian. Pertama, pada saat penyebaran dan pengerjaan skala, tidak semua pengisian diawasi oleh peneliti sehingga dapat memungkinkan subjek bertanya atau berdiskusi dengan subjek lain. Kedua, tidak semua pengisian skala di dalam ruang kelas sehingga pengisian skala berada di luar kelas atau tempat yang bising dan dapat menyebabkan subjek tidak fokus pada pengisian skala. Ketiga saat penyebaran skala peneliti menemukan adanya antusiasme subjek yang berbeda-beda, hal tersebut memungkinkan keseriusan subjek dalam mengisi skala penelitian. Keempat, kurangnya pada data identitas skala hal ini dapat menyebabkan mahasiswi dari fakultas lain ikut mengisi kuisisioner yang dibagikan.

