

## BAB 5

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 5.1 Hasil Penelitian

##### 5.1.1 Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran item normal atau tidak skala yang disebarkan. Serta untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki adanya hubungan yang linear atau tidak saat dianalisis.

##### 5.1.1.1 Uji Normalitas

Dalam penelitian ini, menggunakan uji normalitas teknik *Kolmogorov-Smirnov test* (K-SZ). Uji normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya sebaran item yang diperoleh dari skala. Suatu data dapat dikatakan normal apabila memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ( $p > 0,05$ ). Hasil uji normalitas pada variabel konsep diri dan perilaku konsumtif remaja dalam pembelian *merchandise* K-pop adalah sebagai berikut:

a. Konsep diri

Hasil uji normalitas pada skala konsep diri remaja dalam pembelian *merchandise* k-pop diperoleh dengan nilai signifikansi 0,817 ( $p > 0,05$ ). Maka dengan hasil tersebut bisa dilihat bahwa penyebaran data berdistribusi normal.

b. Perilaku konsumtif

Hasil uji normalitas pada skala konsep diri remaja dalam pembelian *merchandise* k-pop diperoleh nilai dengan nilai signifikansi 0,822 ( $p > 0,05$ ). Maka dengan hasil tersebut bisa dilihat bahwa penyebaran data berdistribusi normal

### 5.1.1.2 Uji Linearitas

Uji *linearitas* dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel bebas dengan variabel tergantung. Menurut (Ismawan, A 2016) Suatu variable dikatakan ada hubungan apabila linear memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 ( $\text{sig} < 0,05$ ). Tetapi apabila variabel memiliki hubungan linear maka hasil analisa data dapat dilanjutkan dengan uji hipotesis. Berdasarkan hasil dari uji Lineritas, skor sig. Menunjukkan  $0.289 > 0.05$ , maka dapat dinyatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang linier antara konsep diri dan perilaku konsumtif. Data selengkapnya dapat dilihat pada lampiran D-2 Hasil Uji Linieritas

### 5.1.2 Uji Hipotesis

Setelah melakukan uji asumsi dilakukan tahapan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan korelasi pearson yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop.

Berdasarkan hasil uji korelasi, didapatkan *pearson* korelasi  $P=0.327 > 0.05$  artinya tidak terdapat hubungan antara konsep diri dan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil spss maka dapat disimpulkan tidak terdapat hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif. antara Hubungan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pembelian *merchandese* K-Pop. Data selengkapnya dapat dilihat pada lampiran D-3 Hasil Analisis Data.

## 5.2 Pembahasan

Berdasarkan uji hipotesis yang dilakukan dengan menggunakan korelasi *Pearson* diperoleh nilai sig sebesar  $0,327 (p > 0,05)$ . Nilai sig menunjukkan tidak adanya hubungan antara variabel bebas dan tergantung. Pada penelitian ini, diperoleh skor  $0,327$  yang artinya tidak terdapat hubungan antara Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Remaja terhadap Pembelian *Merchandese* K-Pop.

Semakin tinggi konsep diri, maka semakin rendah pula perilaku konsumtif. Adapun penelitian ini terlihat bahwa konsep diri tidak memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif atau bisa dibilang pada penelitian ini hipotesis ditolak.

Menurut Andaryanti dan Indrawati (2016) perilaku konsumtif adalah tindakan membeli sesuatu yang tidak terlalu diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Perilaku ini biasanya didorong oleh keinginan atau kesenangan untuk mencari kepuasan, kesenangan fisik, atau hanya mencoba sesuatu yang baru bukan didasari oleh kebutuhan. Menurut Hermawan dan Puspitasari (t.t) perilaku konsumtif juga dapat dipengaruhi oleh konsep kapitalisme. Konsep kapitalisme menyebabkan seseorang memiliki kebutuhan palsu. Pada dasarnya, manusia memiliki kebutuhan sejati untuk bersikap kreatif, lepas dan mandiri, menentukan nasibnya sendiri, berpartisipasi penuh sebagai anggota kelompok kolektif yang bermaknadan demokratis serta sanggup menjalani hidup bebas dan tanpa kekangan serta berpikir untuk diri sendiri. Oleh karena itu, konsep ini didasarkan pada pernyataan bahwa kebutuhan sejati tidak dapat direalisasikan dalam kapitalisme modern karena adanya kebutuhan-kebutuhan palsu yang baru dilahirkan sistem ini supaya dapat bertahan.

Engel (dalam Hasibuan, 2010) juga mengungkapkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif tidak hanya berasal dari konsep diri, namun juga ada dua faktor lainnya, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor eksternal yang meliputi kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, keluarga serta demografi. Faktor internal meliputi motivasi, harga diri, serta gaya hidup. Berdasarkan hasil penelitian Andaryanti & Indrawati (2016) yang diperoleh, konsep diri memiliki sumbangan efektif sebesar 24,1% terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan 75,9% dapat disebabkan oleh faktor lain seperti motivasi, harga diri, proses belajar dalam pembelian, kebudayaan, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi, dan keluarga. Hal ini berarti, konsep diri tidak memiliki sumbangsih yang cukup banyak terhadap perilaku konsumtif.

IDN Times melakukan penghimpunan data dengan melibatkan 580 responden yang dilakukan media survei elektronik yang disebar ke seluruh Indonesia sepanjang Desember 2018 hingga Januari 2019. Dari hasil yang didapatkan bahwa penggemar idola K-Pop sebesar 43,6% tidak pernah membeli

pernak-pernik idolanya sama sekali, namun mereka hanya mengikuti perkembangan idolanya melalui media sosial (IDN Times, 2019). Pada penelitian Marwo, Thomas, dan Sunarto (2017) didapati hasil bahwa efektivitas sumbangsih konsep diri terhadap perilaku konsumtif sangat kecil yaitu sebesar 2,99 %. Lebih lanjut Marwo, dkk (2017) mengungkapkan bahwa faktor budaya memiliki pengaruh yang paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumtif. Hal ini dikarenakan pada *anthropological theory* memandang bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Pada konteks yang lebih luas lingkungan sosial yang mempengaruhi perilaku seseorang termasuk didalamnya adalah kebudayaan, sub kultur, dan kelas sosial.

. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Akhtar (2018) bahwa tidak semua variabel psikologi ini berhubungan linier yang dapat mempengaruhi hasil pengujian hipotesis. Ada beberapa teknik analisis yang dapat digunakan pada kasus data yang tidak linier yaitu membagi data menjadi dua kelompok dan dianalisis secara terpisah. Kelompok yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kelompok variabel konsep diri yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

Pada penelitian ini, tidak terdapat hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif kemungkinan dikarenakan hasil pengujian data tidak linier yang dapat berpengaruh pada hasil pengujian hipotesis. Sebelum dilakukan pengujian linieritas, peneliti mencari angka mean dari variabel konsep diri agar dapat menentukan pembagian kelompok dalam pengujian linieritas. Menurut (Widhiarso, 2010), apabila sig. linieritas di atas 0.05, maka data tersebut berhubungan tidak linier yang dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Kriteria		
Sig. Linearity	Nilai Probablilitas < 0.05	Berhubungan linier
	Nilai Probablilitas > 0.05	Berhubungan tidak linier

Hal ini dapat terjadi karena persebaran responden pada konsep diri tidak seragam yang artinya sebagian responden memiliki konsep diri yang tinggi, kemudian sebagian responden memiliki konsep diri yang rendah sehingga hasil data pun menjadi tidak linier.