

**HUBUNGAN ANTARA *SELF ESTEEM*
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF *GADGET*
PADA KARYAWAN**

SKRIPSI

SELVIA SETIONO

10.40.0084



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2014**

HUBUNGAN ANTARA *SELF ESTEEM* DENGAN PERILAKU KONSUMTIF *GADGET* PADA KARYAWAN

SKRIPSI

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

SELVIA SETIONO

10.40.0084



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2014**

**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
27 juni 2014

Mengesahkan
Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata
Dekan,

(Dr. Kristiana Haryanti, M.Si.)

Dewan Penguji

1. Christine Wibowo, S.Psi., M.Si
2. Drs. Haryo Goeritno, M.Si
3. Lucia Trisni Widianingtanti, S.Psi., M.si

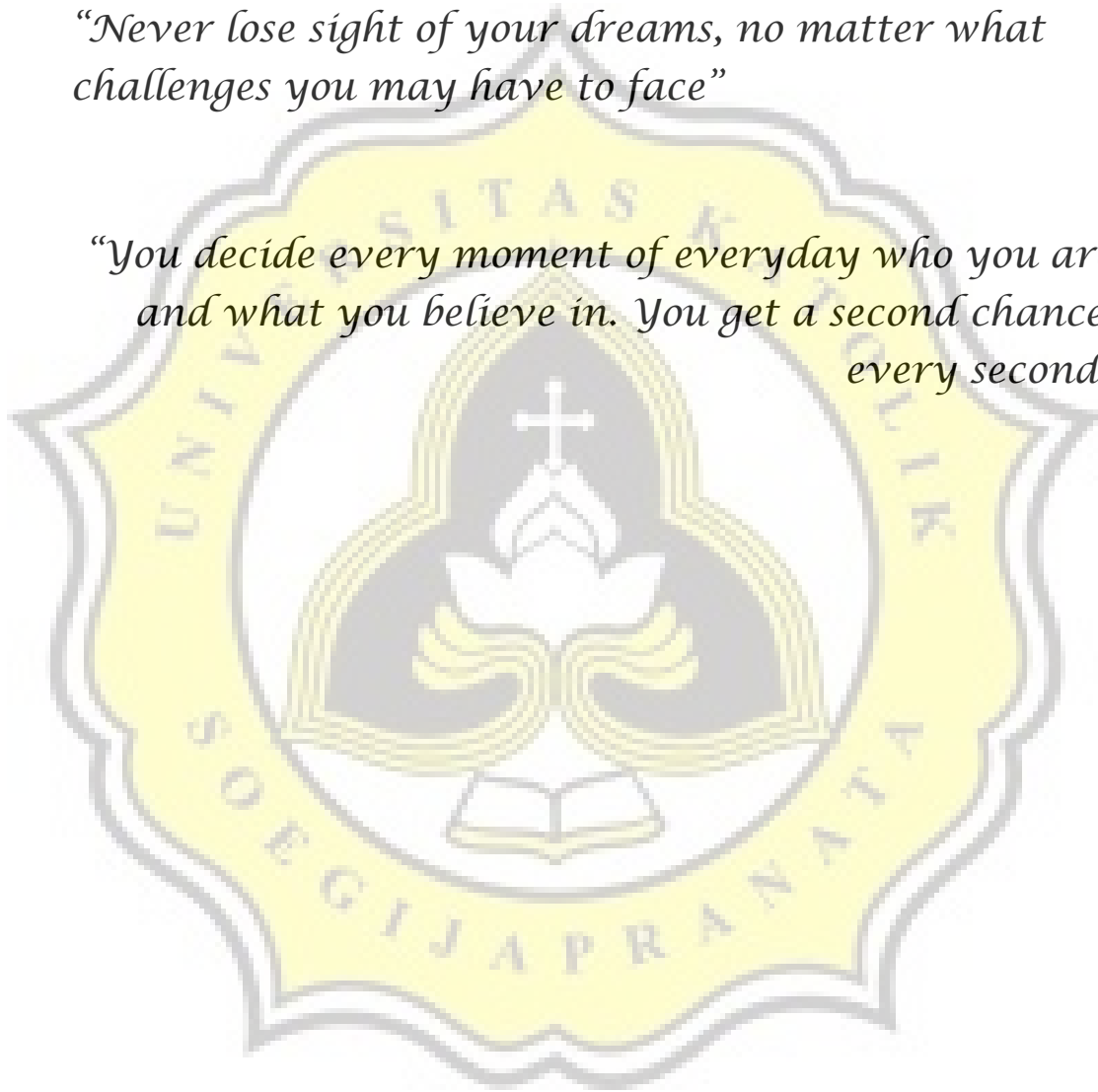


*Kupersembahkan Karya ini,
Kepada Tuhan Yesus dan Bunda Maria,
Kedua orang tuaku yang selalu
mendukung dan mengasihi saya,
Kakak dan adik saya,
Orang yang spesial, Henry Chandra,
Teman-temanku, Steffen dan Maria*

MOTTO

“Never lose sight of your dreams, no matter what challenges you may have to face”

“You decide every moment of everyday who you are and what you believe in. You get a second chance, every second”



UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Perawan Maria karena atas berkat, kasih serta bimbingan dan perlindungan-Nya, penulis bisa menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara *Self Esteem* dengan Perilaku Konsumtif *Gadget* pada Karyawan”. Penulis sadar betul bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr Kristiana Haryanti, M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Lucia Trisni Widianingtanti, S.Psi, M.Si, selaku Dosen Pembimbing, terima kasih atas waktu, kesabaran, bimbingan, dan bantuan yang diberikan sehingga penulis lebih mengerti hal-hal yang perlu dibenahi.
3. Drs. George Hardjanta, M.Si, selaku Dosen Wali, terima kasih atas informasi dan saran-saran yang diberikan sehingga penulis lebih mengerti banyak hal yang perlu diperhatikan.
4. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Unika Soegijapranata Semarang, yang selama ini telah memberikan ilmu-ilmunya yang dapat berguna pada penyusunan skripsi ini
5. Papi yang selalu siap sedia menghantarkan saya dalam proses pengumpulan skala penelitian ini, mami yang selalu memberi dukungan, kakak dan adik saya yang mau membantu saya ketika saya kesulitan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Henry Chandra yang selalu memberikan dorongan semangat dan membantu penulis mencari subjek di PD Farly Indonesia.

7. Teman-teman saya khususnya Steffen Yoseph, Maria Hyacintha, Cristy Emilia, Hanhan yang mau berbagi ilmu dengan penulis sehingga mempermudah penulis mengerti kekurangan-kekurangan penulis.
8. Teman-teman psikologi kelas B, yang selama ini membantu saya selama pelajaran khususnya teman-teman sekelompok yang mau membantu berbagi informasi dan ilmu-ilmu.
9. Desca Meilia, selaku bendahara kantor Graha Candi Golf yang telah mempermudah akses masuknya skala dan membantu membagikan skala di kantor Pemasaran Graha Candi Golf.
10. Seluruh subjek atas kesedian dan kerja samanya dalam membantu kelancaran proses penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu kelancaran penulis dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan karena keterbatasan pengalaman dan ilmu pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun dari para pembaca. Penulis juga berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan pengetahuan bagi para pembaca.

Semarang, 30 April 2014

Penulis

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan negatif antara *self esteem* dengan perilaku konsumtif *gadget*. Hipotesis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah bahwa ada hubungan negatif antara *self esteem* dengan perilaku konsumtif *gadget* pada karyawan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data menggunakan skala. Sampel diambil menggunakan *Accidental Sampling* sebanyak 40 orang karyawan. Data dianalisis dengan korelasi *product moment* dari Karl Pearson. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang sangat signifikan ($r_{xy} = 0,792$, $p < 0,01$) antara *self esteem* dengan perilaku konsumtif *gadget* pada karyawan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan ditolak.

Keyword : *Self Esteem*, Perilaku Konsumtif, *Gadget*, Karyawan

DAFTAR ISI

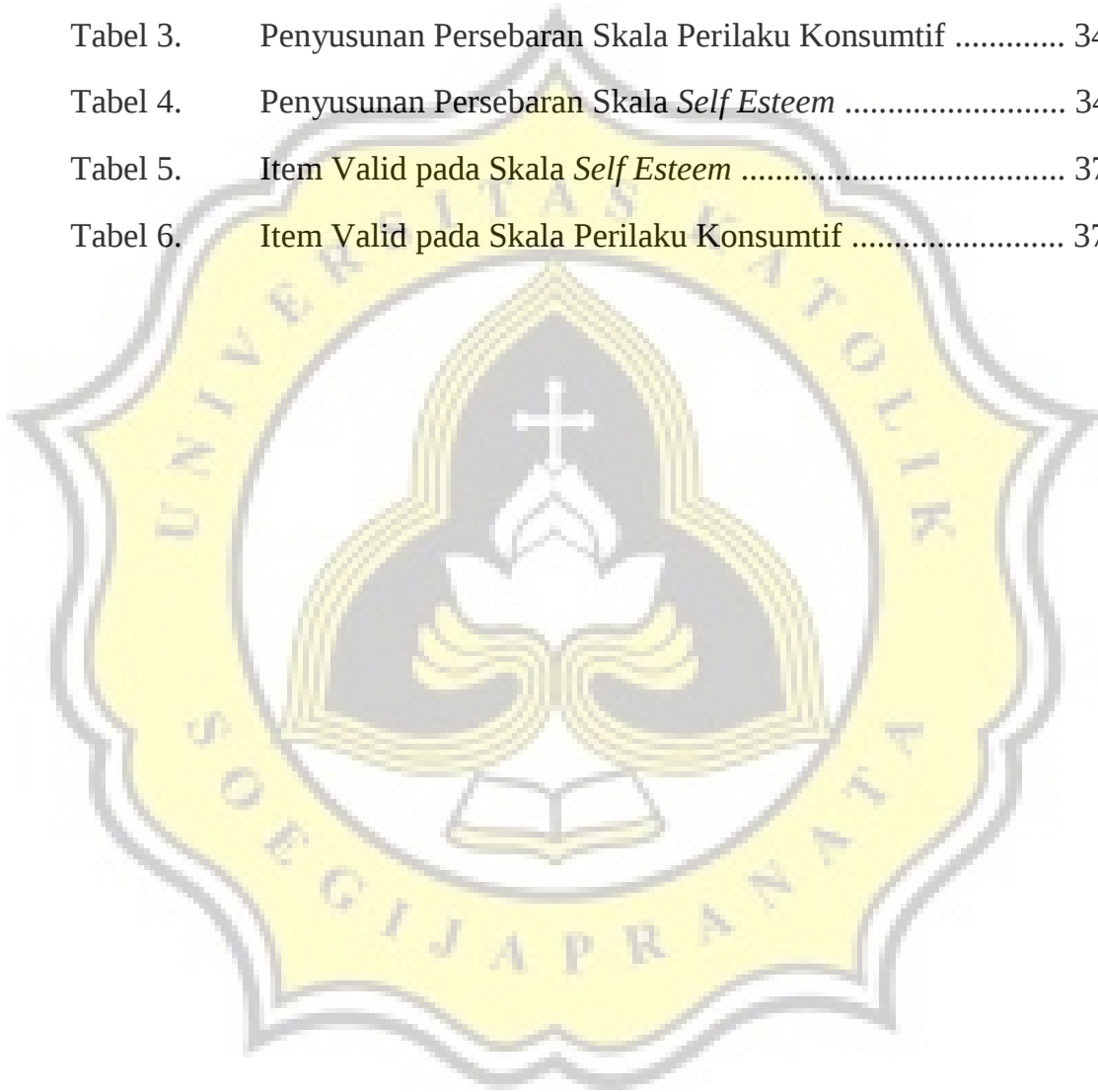
HALAMAN JUDUL LUAR	i
HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	5
C. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat Teoritis	6
2. Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN KEPUSTAKAAN	7
A. Perilaku Konsumtif <i>Gadget</i>	7
1. Pengertian Perilaku Konsumtif <i>Gadget</i>	7
2. Dampak Negatif Perilaku Konsumtif <i>Gadget</i>	10
3. Dampak Positif Perilaku Konsumtif <i>Gadget</i>	11
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif <i>Gadget</i>	11

5. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	15
B. <i>Self Esteem</i>	17
1. Pengertian <i>Self Esteem</i>	17
2. Aspek-aspek <i>Self Esteem</i>	19
C. Hubungan Antara <i>Self Esteem</i> dengan Perilaku Konsumtif <i>Gadget</i>	21
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Metode Penelitian	25
B. Identifikasi Variabel	25
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
1. Perilaku Konsumtif <i>Gadget</i>	25
2. <i>Self Esteem</i>	26
D. Subyek Penelitian	27
1. Populasi	27
2. Teknik Pengambilan Sampel	27
E. Metode Pengumpulan Data	28
1. Skala Perilaku Konsumtif	28
2. Skala <i>Self Esteem</i>	29
F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	30
1. Validitas	30
2. Reliabilitas	31
G. Metode Analisis Data	31
BAB IV PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN	32
A. Orientasi Kancan Penelitian	32

B. Persiapan Penelitian	33
1. Penyusunan Alat Ukur	33
C. Pelaksanaan Penelitian	35
D. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	39
1. Uji Asumsi	39
a. Uji Normalitas	39
b. Uji Linieritas	40
2. Uji Hipotesis	41
B. Pembahasan	41
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	47
A. Kesimpulan	47
B. Saran	47
1. Bagi Subjek Penelitian	47
2. Bagi Masyarakat	48
3. Bagi Para Peneliti Selanjutnya	48
DAFTAR PUSTAKA	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.	Blueprint Skala Perilaku Konsumtif	29
Tabel 2.	Blueprint Skala <i>Self Esteem</i>	30
Tabel 3.	Penyusunan Persebaran Skala Perilaku Konsumtif	34
Tabel 4.	Penyusunan Persebaran Skala <i>Self Esteem</i>	34
Tabel 5.	Item Valid pada Skala <i>Self Esteem</i>	37
Tabel 6.	Item Valid pada Skala Perilaku Konsumtif	37



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Angket	52
Lampiran B	Data Penelitian	58
	1. Self Esteem	58
	2. Perilaku Konsumtif	64
Lampiran C	Hasil Uji Validitas	70
	1. Self Esteem	70
	2. Perilaku Konsumtif	74
Lampiran D	Hasil Uji Reliabilitas	78
Lampiran E	Hasil Uji Normalitas	80
Lampiran F	Hasil Uji Linieritas	82
Lampiran G	Hasil Uji Korelasi	84
Lampiran H	Ijin Penelitian	86
Lampiran I	Bukti Penelitian	90