

Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan
Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Arisan Bhayangkari di Polres X
Yogyakarta

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam
Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Psikologi.



Disusun Oleh :

Apriliani Arum Sari

NIM 13710008

Dosen Pembimbing Skripsi :

Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi.

NIP. 19810505 200901 2011

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2020

YOGYAKARTA



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-472/Un.02/DSH/PP.00.9/08/2020

Tugas Akhir dengan judul : Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Arisan Bhayangkari di Polres X Yogyakarta

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : APRILIANI ARUM SARI

Nomor Induk Mahasiswa : 13710008

Telah diujikan pada : Rabu, 17 Juni 2020

Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang



Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi

SIGNED

Valid ID: 5f28dce484869

Penguji I



Raden Rachmy Diana, S.Psi., M.A., Psi,

SIGNED

Valid ID: 5f28fd3f9d598

Penguji II



Very Julianto, M.Psi. SIGNED

Valid ID: 5f2b904f2eea9

Yogyakarta, 17 Juni 2020 UIN

Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 5f2bb58cbbe99

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Apriliani Arum Sari

NIM : 13710008

Prodi : Psikologi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul **“ Hubungan Harga Diri Dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Arisan Bhayangkari di Polres X Yogyakarta”**, merupakan hasil karya peneliti sendiri dan bukan merupakan plagiasi dan hasil karya orang lain. Bila di kemudian hari di temukan plagiasi saya siap menerima konsekuensi yang di berikan.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
Yogyakarta, 09 Juni 2020
Yang Menyatakan

Apriliani Arum Sari

13710008

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi

Kepada :

Yth, Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

UIN Sunan Kalijaga

di Yogyakarta.

Assalamualaikum Wr. Wb.

Setelah memeriksa, menganalisa dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing, saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Apriliani Arum Sari

NIM : 13710008

Prodi : Psikologi

Judul : Hubungan Harga Diri Dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Bhayangkari di Polres X Yogyakarta.

Telah diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata satu psikologi.

Harapan saya semoga saudara tersebut segera di panggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah. Demikian atas perhatiannya. Terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 09 Juni 2020



Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi.

NIP. 19810505 200901 2011

MOTTO

*Barang siapa yang bersungguh sungguh, sesungguhnya kesungguhan tersebut
untuk kebaikan dirinya sendiri.*

(Qs. Al-Ankabut: 6)

Jika kamu ingin hidup bahagia, terikatlah pada tujuan, bukan orang atau benda.

(Albert Einstein)

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Bismillahirrohmanirohim

Tugas akhir ini saya persembahkan kepada :

Allah SWT atas segala nikmat dan curahan kasih sayang-Nya sehingga peneliti dapat berkarya dalam dunia pendidikan dan memaknai kehidupan.

Kedua orangtuaku tercinta (Bapak Ari Kristianto dan Ibu Sri Maryati) yang sangat saya sayangi dan hormati yang telah banyak memberikan dukungan, doa dan bimbingan tiada henti.

Segenap dosen di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah banyak memberikan ilmu dan pengalaman yang luar biasa selama saya menimba ilmu di kampus.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Alamamaterku tercinta,

Psikologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

KATA PENGANTAR

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya, Tugas Akhir Skripsi dalam rangka untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan dengan judul “ Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Bhayangkari di Polres X Yogyakarta” dapat disusun sesuai dengan harapan. Tugas Akhir Skripsi ini dapat diselesaikan tidak lepas dari bantuan dan kerjasama dengan pihak lain. Berkenaan dengan hal tersebut, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
2. Ibu Lisnawati, S.Psi., M.Psi selaku Ketua Jurusan Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora.
3. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senangtiasa memberikan nasehat dan arahan kepada peneliti.
4. Ibu Mayreyna Nurwardani, S.Psi., M.Psi selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang selama ini dengan sabar banyak memeberikan masukan, nasihat dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi peneliti.

5. Ibu R. Rachmy Diana, S.Psi., M.A Selaku dosen penguji I yang banyak memberikan masukan dan perbaikan yang bermanfaat bagi peneliti.
6. Bapak Very Julianto, S.Psi., M.Psi Selaku dosen penguji II yang sangat sabar menjelaskan dan juga banyak memberikan masukan untuk perbaikan bagi peneliti.
7. Bapak Sukanto, S.Sos., M.Si dan seluruh jajaran TU Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang telah membantu peneliti dalam proses administrasi kepada peneliti.
8. Ny. Shasa Rizky selaku Ketua Bhayangkari Cabang X yang telah memberikan izin peneliti untuk mengambil data di Komunitas Bhayangkari Polres X.
9. Ny. Ella Aji Pramono selaku Sekertaris Komunitas Bhayangkari Cabang X yang telah membantu peneliti dalam mengurus perizinan penelitian.
10. Ibu Risma dan Ibu Tini Susila yang telah banyak membantu peneliti dalam melakukan penelitian di Polres X.
11. Kepada seluruh anggota Bahyangkari Polres X yang telah membatu dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian.
12. Kepada seluruh anggota Bhayangkari Polses DT, Polsek NK, Polsek N yang telah membatu dan meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian.

13. Kedua orangtuaku tercinta, Bapak Ari Kristianto dan Ibu Sri Maryati yang selalu dengan kasih sayangnya memberikan dukungan motivasi, doa yang tiada henti di panjatkan sehingga peneliti sampai di titik dapat menyelesaikan Skripsi.
14. Seluruh Keluarga Trah Sudjiman (Eyang Putri, Om Sigit Triwibowo, Om Budi Purnomo, Tante Ana Herliana dan semua adik sepupuku) yang sangat saya sayangi yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan Skripsi.
15. Seluruh Keluarga Besar Trah Mangun Mitro yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan Skripsi.
16. Seluruh Keluarga Besar Trah Ibrahim yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan Skripsi,
17. Avengers Club (Abang Lucky, Dek Adib, Dedek Kinara) yang selalu mendoakan kak lia dan memberikan semangat untuk menyelesaikan Skripsi.
Blood is thicker than water, I love you guys ♥
18. Seluruh Keluarga Besar Warung Sego Megono (kakak Ipon, kakak Mia, Mbak Diyas, Mbak Mus, Kang Dimas) yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam menyelesaikan Skripsi.
19. Teruntuk sahabatku Annisa Antagita Sari yang selalu membantu dan menemani di saat senang dan susah. Selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi. Makasih kak udah selalu nemenin

aku kemana aja dan selalu gak pernah bosan dengerin segudang keluh kesahku 사랑해 ♥

20. Teruntuk sahabatku Desi Puspita Sari S.Psi yang selalu membantu, memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi. Selalu dengerin semua ceritaku 고마워 ♥

21. Teruntuk sahabatku Aditya Malvin S.Pd Makasih banget dot, udah sabar banget ngajarin aku pake Google Meet hahaha...

22. Teruntuk ciwi ciwiku (Baby, Mak Iim, Uni Padang, Ojan, Berry) yang selalu nyemangatin buat nyelesain Skripsi, makasih udah jadi teman edan pada masanya wkwkk... ♥

23. Teman teman Psikologi angkatan 2013 terimakasih telah memberiksn warna warni kehidupan selama proses perkuliahan di Prodi Psikologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

24. Last one aku mau ngucapin makasih banyak buat semua orang yang hobinya sukanya ngurusin hidup orang lain. Tolong ya di kurang-kurangi Nyinyir sama Keponya. Semoga Allah mengampuni dosa-dosa kalian ya Amin.

Semoga segala bantuan yang telah diberikan semua pihak di atas menjadi amalan yang bermanfaat dan mendapatkan balasan dari Allah SWT dan tugas akhir skripsi ini bermanfaat bagi pembaca atau pihak lain yang membutuhkannya.

وَسَلَامٌ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Yogyakarta, 09 Juni 2020

Penulis

Apriliani Arum Sari

NIM 13710008



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HUBUNGAN HARGA DIRI DAN PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN WAJAH (*SKIN-CARE*) PADA KOMUNITAS ARISAN BHAYANGKARI DI POLRES X YOGYAKARTA

Apriliani Arum Sari

13710008

INTISARI

Sebagian Anggota Arisan Bhayangkari konsisten menggunakan produk perawatan wajah dan ada jua yang sering berganti-ganti produk perawatan wajah (*Skin care*). Anggota Arisan Bhayangkari merasakan ada efek positif dan juga efek negatif setelah membeli produk kecantikan. Efek positifnya produk tersebut bisa memenuhi kebutuhan dan produk tersebut menjadi bermanfaat. Kemudian efek negatif yang dirasakan ketika barang yang sudah di beli ternyata tidak bermanfaat, uang belanja menjadi berkurang, pemborosan keuangan, dan terkadang hasilnya tidak sesuai dengan apa yang di inginkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Bhayangkari di Polres X.

Subjek penelitian ini adalah anggota Komunitas Bhayangkari di Polres X yang berjumlah 60 (N=60) orang. Alat pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala harga diri dan perilaku konsumtif mengkonsumsi barang untuk pemenuhan keinginan, mengkonsumsi barang di luar jangkauan, mengkonsumsi barang yang tidak produktif dan mengkonsumsi barang untuk status sosial. Teknik pengambilan sampel penelitian ini adalah *Purposive Random Sampling*. Metode analisis data penelitian ini menggunakan analisis korelasi *product moment or person*.

Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan negatif dan signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada anggota komunitas Bhayangkari di Polres X. Artinya setiap peningkatan harga diri yang ditandai dengan meningkatnya kepercayaan diri seseorang, maka akan menurunkan perilaku konsumtif. Koefisien determinasi menunjukkan angka 0,163. Angka tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh harga diri sebesar 16,3%, sedangkan sisanya sebesar 83,7%, dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga Diri, dan Perilaku Konsumtif

**RELATIONSHIP OF SELF PRICE AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF
PURCHASE CARE PRODUCTS (SKIN-CARE) IN BHAYANGKARI
ARISAN COMMUNITY IN YOGYAKARTA POLICE X**

Apriliani Arum Sari

13710008

ABSTRACT

Some members of Arisan Bhayangkari consistently use facial care products and there are also those who frequently switch face care products (skin care). Arisan Bhayangkari members feel there are positive effects and also negative effects after buying beauty products. The positive effects of these products can meet the needs and the product becomes useful. Then the negative effects are felt when the goods that have been purchased are not useful, spending money is reduced, financial waste, and sometimes the results are not in accordance with what is desired. This study aims to determine the relationship of Self-Esteem and Consumptive Behavior in Purchasing Facial Care Products (Skin-Care) in the Bhayangkari Community at Polres X.

The subjects of this study were members of the Bhayangkari Community at Polres X totaling 60 (N = 60) people. Data collection tools used in this study are the scale of self-esteem and consumer behavior to consume goods to fulfill desires, consume goods out of reach, consume goods that are not productive and consume goods for social status. The sampling technique of this study was Purposive Random Sampling. This research data analysis method uses product moment or person correlation analysis.

The results showed that there was a negative and significant relationship between self-esteem and consumptive behavior among members of the Bhayangkari community at Polres X. This means that any increase in self-esteem that is marked by an increase in self-confidence will reduce consumptive behavior. The coefficient of determination shows the number 0.163. This figure shows that consumptive behavior is influenced by self-esteem by 16.3%, while the remaining 83.7% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Self-Esteem, and Consumptive Behavior

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	12
C. Tujuan Penelitian	12
D. Manfaat Penelitian	12
E. Keaslian Penelitian.....	14
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
A. Perilaku Konsumtif.....	18
B. Harga Diri	25
C. Produk Kosmetik.....	30
D. Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif	32
E. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel Penelitian	38
B. Definisi Operasional.....	38
C. Subjek Penelitian	39

D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Validitas Selski Aitiem dan Realibilitas.....	46
F. Metode Analisis Data	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Orientasi Kancan dan Persiapan Penelitian.....	50
B. Hasil Penelitian	53
C. Pembahasan.....	58
D. Keterbatasan Penelitian	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	63
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1. *Blue Print* Skala Harga Diri Sebelum *Try Out*.....

Tabel 2. *Blue Print* Skala Perilaku Konsumtif Sebelum *Try Out*.....

Tabel 3. Deskripsi data hasil penelitian (N = 60).....

Tabel 4. Kategorisasi skor skala Harga diri.....

Tabel 5. Kategorisasi skor skala Perilaku Konsumtif.....



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era informasi dan globalisasi yang mendorong perkembangan produksi barang dan jasa, mengakibatkan perusahaan berlomba-lomba untuk memasang iklan di media cetak maupun elektronik. Iklan-iklan produk atau jasa tersebut mampu mempengaruhi pola pikir masyarakat pada umumnya, dan konsumen produk tertentu pada khususnya. Pola pikir masyarakat yang dipengaruhi iklan tersebut menjadi budaya konsumtif dikalangan masyarakat, untuk memenuhi kebutuhan gaya hidup. Beberapa dari individu atau suatu kelompok dalam memenuhi kebutuhannya tersebut ada yang wajar-wajar saja, tetapi ada pula yang berlebihan, sehingga menyebabkan orang-orang untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dalam masyarakat lebih dipengaruhi adanya faktor lingkungan sosial.

Lingkungan sosial masyarakat memiliki peran penting dalam membentuk perilaku individu salah satunya adalah perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif masyarakat berupa pemenuhan kebutuhan suatu produk, sering tidak mempertimbangkan kualitas semata tetapi lebih senang memilih produk yang bermerek. Pembelian produk yang bermerek sering dikesankan oleh masyarakat yang memilih gaya hidup kelas atas. Pola pikir yang dibentuk dari lingkungan sekitar mampu merubah gaya hidup masyarakat konsumtif

dengan memberikan asosiasi pada produk bermerek pada gaya hidup tertentu (Yuniarti, 2015).

Pola hidup konsumtif mendorong seseorang merasa tidak puasa apabila kebutuhan atau keinginannya belum terpenuhi. Seseorang dalam memenuhi kebutuhannya tidak lagi dari produk yang diperlukan atau yang penting, tetapi lebih berpikir pada pemenuhan gaya hidup yang diinginkan. Kebutuhan pokok kadang dikesampingkan guna memenuhi keinginan konsumtif. Pola hidup konsumtif seseorang membawa dampak pada status seseorang baik dalam lingkup masyarakat luas maupun kelompok tertentu (Tinarbuko, 2006).

Individu yang memiliki perilaku konsumtif, dimana mereka beraktivitas mengkonsumsi produk atau jasa dengan tidak wajar atau secara berlebihan, tidak sesuai kebutuhan yang dimilikinya. Menurut Veblen (dalam Suminar & Meiyuntari, 2015) menyatakan bahwa pemenuhan kebutuhan yang berlebih adalah perilaku konsumen dimana konsumen membeli barang-barang dengan harga mahal hanya untuk menunjukkan status kekayaan seseorang atau status sosial mereka, bukan untuk memenuhi kebutuhan yang sebenarnya.

Lubis (dalam Sumartono, 2002), menyatakan perilaku konsumtif merupakan perilaku pembelian seseorang yang tidak lagi didasarkan pada logika rasional tetapi adanya pemenuhan kebutuhan atau keinginan yang tidak rasional lagi. Seseorang berperilaku konsumtif, disebabkan adanya faktor ekonomi yang sudah lebih dari cukup dan faktor lingkungan yang mempengaruhinya.

Berdasarkan pengertian beberapa tokoh diatas dapat disimpulkan seseorang yang berperilaku konsumtif adalah seseorang yang membeli suatu barang atau jasa tanpa berpikir dulu secara rasional serta untuk mencapai kepuasan yang diinginkan oleh individu tersebut. Perilaku konsumtif sudah tidak lagi bertimbangkan logika rasional kebutuhan yang nyata, tetapi semata-mata untuk pemenuhan kepuasannya.

Menurut Fu (2017) menyatakan sebagian besar wanita memiliki keinginan berpenampilan cantik, sehat dan menawan. Untuk berpenampilan cantik dan menawan seorang wanita pasti urusanya dengan kecantikan wajah. Seseorang wanita apabila sudah berurusan dengan wajah maka akan rela mengeluarkan biaya besar untuk mampu berpenampilan cantik dan menawan. Urusan kecantikan bagi wanita adalah nomor satu. Hal ini menjadikan produsen kecantikan memproduksi produk-produk kecantikan yang begitu mengoda dan menawarkan beragam produk yang mampu membuat wajah wanita menjadi cantik dna menawan. Demi menyandang predikat cantik, wanita akan rela melakukan apa saja bahkan kadang mengesampingkan efek dari produk kecantikan tersebut. Masih adanya produk-produk yang menawarkan kecantikan yang instan, sehingga memiliki efek samping kesehatan yang membahayakan konsumen itu sendiri. Hal ini kadang tidak diperhatikan pada seorang wanita, hanya keinginan sementara, tatapi tidak berpikir jangka panjang.

Perilaku konsumtif yang digambarkan oleh seorang wanita yang ingin berpenampilan menarik dan cantik, kadang mengalahkan rasional mereka. Hal ini dipengaruhi adanya iklan-iklan di media yang menawarkan kecantikan secara instan dan cepat. Kematangan masyarakat dalam hal perekonomian masih dibalang belum mapan tetapi gaya hidup yang dianut adalah negara-negara maju yang sudah memiliki kepastian ekonomi. Seseorang yang berperilaku konsumtif akan membeli barang-barang apapun untuk memenuhi kepuasannya tanpa memikirkan kondisi keuangannya. (<https://adlinamasyita.wordpress.com/2015/01/11/budaya-konsumtif-di-indonesia-gaya-hidup-masyarakat-global/>).

Sebagian besar masyarakat Indonesia masih memiliki gaya hidup yang cenderung boros. Perilaku boros ini akibat dari perilaku konsumtif, dimana perilaku pembelian yang didasarkan atas kepentingan yang tidak terlalu bermanfaat, tetapi kadang mengalahkan kepentingan yang pokok. Misalnya pada seseorang Ibu rela membeli alat-alat kecantikan yang mahal, tetapi tingkat kebutuhan pendidikan anaknya tidak diperhatikan. Masih banyaknya masyarakat menengah menghabiskan waktunya untuk jalan-jalan dan mengeluarkan biaya besar, tetapi dalam berbelanja ritel di kurangi. (<http://ekonomi.metrotvnews.com/mikro/dN6gD4Qb-masyarakat-indonesia-gaji-pas-pasan-tapi-gaya-hidup-hedonis>).

Perilaku konsumerisme yang menjadi *trend* di Indonesia telah mempengaruhi kehidupan masyarakat pada umumnya. Perilaku yang menonjolkan kemewahan, kesenangan semata dan foya-foya, berperilaku

kebarat-baratan dan lain-lain yang pada intinya mereka melakukan aktivitas yang orientasinya mengarah pada kepuasan diri sendiri tanpa memikirkan efek orang lain dan keluarganya. Hal ini akibat juga adanya globalisasi yang mampu memengaruhi berbagai bidang kehidupan seperti politik, ekonomi, sosial dan budaya (<https://wartakota.tribunnews.com/2014/10/31/tren-gaya-hidup-konsumtif>).

Hal ini senada dengan hasil penelitian dari Sari (2015) perilaku konsumtif yang dilakukan oleh kelompok Hijabers di Semarang, mereka membeli pakaian atau jilbab yang sedang menjadi *trend*, tidak peduli meskipun subjek sudah mempunyai ketika ada baju yang keluar dengan model terbaru subjek langsung ingin membelinya. Faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif pada komunitas *hijabbers* Semarang, antara lain faktor sosial, pribadi, kebudayaan, dan psikologis. Masing-masing faktor seperti sosial, pribadi, kebudayaan, dan psikologis sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif anggota komunitas *hijabbers* Semarang.

Selain itu, bukan hanya di komunitas *hijabbers* saja yang melakukan perilaku konsumtif. Menurut (Tabloid Nova, 13/11/2016) citra Komunitas Bhayangkari di mata masyarakat sendiri masih di pandang memiliki *image* yang selalu wah dan berpenampilan glamor. Ibu Bhayangkari berpenampilan rapi dan kelihatan cantik itu karena kreativitasnya. Dengan biaya terbatas mereka dapat tampil maksimal. Komunitas Bhayangkari sendiri merupakan sebuah organisasi persatuan istri-istri anggota Polri.

Peneliti telah melakukan wawancara dengan beberapa anggota Bhayangkari di Polsek DT Yogyakarta pada tanggal 14 Mei 2017. Jumlah Anggota Komunitas Bhayangkari ini kurang lebih ada 75 orang. Terkadang saat arisan Bhayangkari di selenggarakan sering ada sales yang menawarkan produk. Produk yang ditawarkan pun beragam jenisnya seperti, kosmetik, alat kesehatan, peralatan memasak, dan lain-lain. Berdasarkan hasil wawancara di atas, ibu-ibu yang tergabung pada komunitas ini lebih menyukai membeli produk-produk kosmetik dan perawatan wajah (*Skin Care*) dibandingkan dengan produk yang lainnya.

Produk perawatan wajah (*Skin Care*) yang biasa di gunakan sehari-hari oleh beberapa anggota Bhayangkari terdiri dari Sabun Cuci Wajah, Tabir Surya, *Cream* Pagi, *Cream* Malam, Serum, *Toner* (Penyegar wajah) dan *Milk Cleansing* (Susu Pembersih wajah). Produk yang di gunakan pun beragam merknya, ada yang menggunakan produk yang di jual di *Supermarket* dan ada juga yang menggunakan produk dari Klinik Kecantikan.

Selain perawatan di rumah, beberapa dari anggota Bhayangkari juga ada yang melakukan perawatan di Klinik kecantikan seperti *Larissa*, *LBC*, *Navagreen*, dan juga ada yang melakukan perawatan di klinik dokter kecantikan. *Treatment* yang dilakukan salah satunya adalah *Facial*, biasanya *Treatment* ini dilakukan sebulan sekali atau tergantung kebutuhan.

Alasan menggunakan produk perawatan wajah (*Skin Care*) pun beragam, diantaranya ada yang memiliki masalah dengan kulit wajahnya seperti mulai

timbul keriput di sekitar mata, keriput di sekitar garis- garis wajah, timbulnya flek hitam di area wajah, ingin mencerahkan kulit wajah, ingin tambah di sayang suami, agar wajah terlihat lebih bagus di pandang oleh orang lain dan ada juga yang di rekomendasikan oleh teman untuk menggunakan produk perawatan wajah.

Sebagian dari anggota arisan Bhayangkari konsisten menggunakan produk perawatan wajah dan ada juga yang sering berganti-ganti produk perawatan wajah (*Skin care*). Bagi para anggota Bhayangkari yang tidak cocok dengan produk perawatan wajah yang digunakan dalam *range* waktu pemakaian 2 sampai 3 bulan, jika tidak ada perubahan barulah mereka mengganti produk perawatan wajah yang lain. Alasan sering berganti produk biasanya karena produk yang di gunakan tidak memberikan hasil yang efektif dan cepat, beberapa dari mereka menginginkan perubahan yang instan dan terkadang mereka juga suka ikut-ikutan dengan teman.

Membeli suatu produk atau barang apapun pastilah ada efek yang dirasakan oleh konsumennya, entah itu efek positif maupun negatif. Sama halnya yang dirasakan oleh anggota Bhayangkari, ada efek positif dan juga efek negatif yang dirasakan setelah membeli suatu produk. Efek positifnya produk tersebut bisa memenuhi kebutuhan dan produk tersebut menjadi bermanfaat. Kemudian efek negatif yang dirasakan ketika barang yang sudah di beli ternyata tidak bermanfaat, uang belanja menjadi berkurang,

pemborosan keuangan, dan terkadang hasilnya tidak sesuai dengan apa yang di inginkan.

Perilaku seseorang untuk membeli barang-barang atau produk yang diinginkan tidak lagi didasarkan pada kebutuhan yang rasional tetapi lebih dipengaruhi adanya iklan-iklan di media, baik media cetak maupun elektronik. Selain iklan seseorang berperilaku konsumtif juga dipengaruhi teman satu pergaulan atau kelompok tertentu. Jika seseorang memiliki kebiasaan melakukan perilaku konsumtif, maka seseorang tersebut akan membeli barang-barang atau produk yang diinginkan tanpa perhitungan secara rasional. Pemenuhan keinginan yang tidak rasional akan berdampak pada pola hidup boros, yang pada akhirnya akan berdampak pada kecemburuan sosial, karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkannya terlebih dahulu (Yuniarti 2015).

Menurut Sumartono (2002), faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif terdiri dari 2 faktor, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal terdiri dari motivasi, harga diri, gaya hidup, konsep diri. Sedangkan faktor eksternal terdiri dari budaya, kelas sosial, kelompok acuan, keluarga, demografis.

Menurut Fromm (1998) perilaku konsumtif berkaitan dengan seseorang atau individu yang menjadi pelaku ataupun sebagai subjek, serta hubungannya dengan aspek psikologis. Seseorang cenderung untuk mengespresikan *self esteem* (harga diri) untuk memperoleh pengakuan dari orang lain. Kebutuhan ini terkait dengan penghargaan atau apresiasi dari lingkungan maupun untuk

memperoleh status sosial. Status sosial seorang menjadi alasan utama seseorang berperilaku konsumtif.

Harga diri adalah seberapa jauh individu menilai dirinya berharga yang digambarkan dalam sikap individu terhadap dirinya sendiri. Penerimaan individu terhadap diri, bagaimana individu percaya terhadap kemampuan dan kapasitas yang dimiliki sehingga merasa berharga dan mampu meraih kesuksesan terangkum dalam deskripsi harga diri. Harga diri berhubungan dengan penilaian terhadap diri yang didasarkan pada perbandingan yang dilakukan terhadap orang lain (Coopersmith, 1967).

Menurut Baron & Byrne (2004) harga diri adalah evaluasi diri yang dibuat oleh setiap individu, sikap seseorang terhadap dirinya sendiri dalam rentang dimensi positif-negatif. Harga diri dapat berhubungan dengan dimensi spesifik, seperti kemampuan akademik, kecakapan sosial, penampilan fisik atau harga diri kolektif, yaitu evaluasi akan kebernilaian suatu kelompok, dimana seseorang menjadi anggotanya (Srisayekti & Setiadi, 2015).

Berdasarkan pengertian beberapa tokoh di atas dapat disimpulkan bahwa harga diri adalah sejauh mana individu dapat mengevaluasi atau menilai dirinya sendiri. Proses penilaian ini diperoleh dari interaksi individu dengan lingkungan serta menyangkut aspek-aspek seperti penerimaan, perlakuan dan penghargaan orang lain terhadap dirinya.

Beberapa penelitian terdahulu tentang harga diri dan perilaku konsumtif diantaranya yaitu penelitian oleh Satriya (2008) yang berjudul hubungan harga diri dan perilaku konsumtif pada remaja di Yogyakarta. Hasil penelitian ini

menunjukkan bahwa ada korelasi negatif yang signifikan antara harga diri dan perilaku konsumtif.

Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Amalia (2016) yang berjudul hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = -0,247$ dengan $p = 0,007$ ($p < 0,01$) yang berarti ada hubungan negatif yang sangat signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif.

Menurut Sears, dalam Siregar (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa harga diri seseorang mampu mempengaruhi perilaku membeli seseorang. Harga diri seseorang yang rendah cenderung mudah dipengaruhi oleh lingkungan baik eksternal maupun internal. Sedangkan seseorang yang memiliki harga diri tinggi cenderung lebih kuat menahan diri dari pengaruh lingkungan. Hal ini karena harga diri yang tinggi memiliki tingkat kepercayaan diri yang tinggi pula. Sebaliknya harga diri yang rendah lebih memiliki kepercayaan diri yang rendah pula. Kepercayaan diri yang rendah, cenderung mengikuti tekanan dan kemauan lingkungan sekitarnya. Sebaliknya, jika harga diri tinggi, maka ia akan dapat melakukan dan mengambil keputusan untuk dirinya sendiri tanpa dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Konsumen yang tidak yakin pada dirinya sendiri dan mempunyai harga diri yang rendah akan membeli setiap produk yang mempunyai arti simbolik yang dianggap mampu menaikkan harga dirinya. Kecenderungan untuk menjadi konsumtif tersebut bisa merupakan indikasi bahwa mereka kurang percaya diri dan rendah diri.

Berdasarkan penjelasan diatas diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui “Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Arisan Bhayangkari di Polres X Yogyakarta”.



B. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi permasalahan penelitian ini yaitu “Apakah ada hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Arisan Bhayangkari di Polres X Yogyakarta.

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Arisan Bhayangkari di Polres X Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai masukan perkembangan ilmu psikologi khususnya dan bidang psikologi sosial serta perilaku konsumen. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi peneliti selanjutnya yang ada hubungannya dengan tema perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

Jika penelitian ini terbukti, maka manfaat praktis yang diharapkan antara lain:

- a. Hasil Penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perilaku konsumtif subjek.

- b. Bagi Subjek : dapat mengerti dan memahami dirinya sendiri dengan kepercayaan diri yang ada sebagai anggota Bhayangkari supaya memiliki harga diri yang tinggi supaya tidak terlalu berperilaku konsumtif.



E. Keaslian Penelitian

Beberapa penelitian sebelumnya yang menjadi acuan dan pertimbangan penulis dalam penelitian ini.

Tabel 2.1
Penelitian Sebelumnya

No	Penelitian/ Tahun	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Alief dan Nailul F (2018)	Hubungan Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Bermerek terhadap siswa-siswa SMA 3 Semarang	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen : Harga diri	Penelitian ini menjelaskan bahwa harga diri memiliki pengaruh negatif dengan perilaku konsumtif.
2.	Siregar M, (2017)	Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap <i>Smartphone</i> Pada Mahasiswa	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen : Harga diri	Penelitian ini menjelaskan bahwa tidak ada hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap <i>smartphone</i> pada mahasiswa
3.	Nur F, dkk (2013)	Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen : Konformitas	Penelitian ini menjelaskan bahwa adanya hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif
4.	Astuti W dan Dewi P (2017)	Hubungan antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri di Kota Denpasar	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen : Konsep diri	Penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan negatif antara konsep diri dengan perilaku konsumtif, yang berarti bahwa semakin rendah konsep diri remaja, semakin tinggi perilaku konsumtif remaja dan begitu pula sebaliknya.

5.	Jasmadi dan Aulia A (2016)	Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada remaja di Banda Aceh	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen : Harga diri	Hasil penelitian menjelaskan bahwa harga diri memiliki hubungan yang negatif atau berlawanan arah secara sangat signifikan. Artinya apabila harga diri tinggi maka perilaku konsumtif akan menurun. Harga diri seseorang remaja yang tinggi mampu mempengaruhi kepercayaan diri yang tinggi, sehingga akan memiliki perilaku konsumtif yang rendah.
6.	John D dan Timothy (2008)	<i>Self-Esteem and Extrinsic Career Success : Test of a Dynamic Model</i>	Dependen: Prestasi Kerja Independen : Harga diri	Penelitian ini menjelaskan bahwa harga diri memiliki pengaruh yang signifikan terhadap prestasi kerja dan juga penghasilan mampu meningkatkan harga diri seseorang.
7.	Ida Fitria (2013)	<i>Does Self-Esteem Contribute Any Effect to Social Anxiety among international University Students</i>	Dependen: Kemasan Sosial Independen : Harga diri	Terdapat korelasi yang signifikan antara harga diri dan kecemasan sosial. Harga diri memiliki kontribusi 48,3% terhadap kecemasan sosial yang diprediksi, yang berarti harga diri memainkan peran penting untuk kecemasan sosial
8.	Gumulya dan Widastuti (2013)	Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen : Konsep diri	Hasil penelitian menjelaskan konsep diri tidak mampu mempengaruhi perilaku konsumtif.
9.	Suminar & Meiyuntari. (2015)	“Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja	Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif	Hasil penelitian menjelaskan bahwa perilaku konsumtif dapat dipengaruhi konsep diri dan konformitas secara signifikan. Dilihat secara parsial konsep diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif, sedangkan

				konformitas tidak berpenaruh pada perilaku konsumtif.
10.	Chita, R, dkk (2015)	Hubungan antara <i>Self-Control</i> dengan Perilaku Konsumtif <i>Online Shopping</i> Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011	Dependen: Perilaku Konsumtif Independen : <i>Self-Control</i>	Penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat hubungan antara dukungan <i>self-Control</i> dengan perilaku konsumtif <i>online shopping</i> produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran universitas sam ratulangi angkatan 2011.

Penelitian-penelitian diatas adalah beberapa contoh penelitian yang melibatkan variabel Harga Diri dan Perilaku Konsumtif. Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sudah pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Letak perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian yang sudah pernah dilakukan adalah:

1. Penelitian sekarang berbeda dengan peneliti sebelumnya dilihat dari variabel yang diangkat.
2. Subjek dan lokasi penelitian ini juga berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Populasi dalam penelitian ini merupakan ibu-ibu yang tergabung dalam komunitas Bhayangkari tingkat Polres yang berada di Yogyakarta.
3. Skala yang digunakan dalam penilitian ini adalah skala yang disusun oleh peneliti berdasarkan indikator.

Atas dasar telaah dan review peneliti-peneliti sebelumnya terdapat perbedaan yang mendasar terkait dengan topik penelitian, metodologi, teori, subjek, variabel dan lokasi yang diangkat oleh peneliti. Penelitian yang akan dilakukan memiliki judul “ Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) pada Komunitas Arisan Bhayangkari di Polres X Yogyakarta”. Berdasarkan perbandingan dengan penelitian sebelumnya, maka penelitian yang akan peneliti kaji dapat dinyatakan asli.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ada hubungan negatif dan signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif pada anggota komunitas Bhayangkari di Polres X. Semakin tinggi harga diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah tingkat harga diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Artinya setiap peningkatan harga diri yang ditandai dengan meningkatnya kepercayaan diri seseorang, maka akan menurunkan perilaku konsumtif. Koefisien determinasi menunjukkan angka 0,163. Angka tersebut menunjukkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh harga diri sebesar 16,3%, sedangkan sisanya sebesar 83,7%, dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa saran yang dapat penulis berikan berkaitan dengan proses dan hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Saran-saran tersebut, antara lain:

1. Bagi Anggota Bhayangkari Polres X

Bagi Bhayangkari Polres X supaya dalam membeli produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) untuk dapat lebih mengutamakan kebutuhan yang menjadi prioritas utama bukan berdasarkan keinginan atau gengsi semata, sehingga para anggota yang tergabung di Komunitas Bhayangkari dapat mengurangi perilaku konsumtif.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, disarankan menggali lebih jauh tentang faktor-faktor yang menyebabkan munculnya perilaku konsumtif terhadap produk Perawatan Wajah (*Skin-Care*) selain harga diri. Misalnya konsep diri, kebudayaan, kelompok sosial, dan keluarga.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N. (2016). Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Alief I. N & Nailul F. (2018). Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Bermerek Pada Siswa SMAN 3 Semarang. *Jurnal Empati Volume 7, Nomor 2 hal 425-428 April 2018*.
- Astuti W & Dewi P. (2017). Hubungan antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja Putri di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana, Volume 4, Nomor 1, Hal 41-49*.
- Azwar, S. (2015). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Barel, A., Payne, M., & Maibach, H. (2001). *Handbook of Cosmetic Science and Technology*. New York : Marcel Dekker.
- Baron, A.R., & Byrne, D. (2004). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Baumeister, R.F., & Bushman, B.J. (2014). *Social Psychology and Human Nature*. Canada : Wadsworth Cengage Learning.
- Buss, A. H. 1995. *Personality: Temperament, Social Behavior and The Self*. Boston: Allyn and Bacon.
- Chita, R, dkk. (2015). Hubungan antara *Self-Control* dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik, Volume 3, Nomer 1, januari-April 2015*.
- Coopersmith, S. (1967). *The Antecedents of Self-Esteem*. San Fransisco : W.H.Freeman.Company.
- Dharmmesta, B.S., & Handoko, H. (2014). *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen (edisi pertama)*. Yogyakarta: BPFE.
- Enrico, A., Aron, R. Oktavia, W.(2014). The Factors that Influenced Consumtive Beahvior : A Survey of University Student in Jakarta. *International Journal of Scientific and Research Publication, 4, 1-6*.
- Ferrinadewi, Erna, & Didit, D. (2004). *Perilaku Konsumen : Analisis Model dan Keputusan*. Yogyakarta : Universitas Atmajaya Press.

- Fitriyani, N, Presetyo, & Nailul F. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12 (1), 56-59.
- Fromm, E. (1998). *To Have or To Be*. New York : The Chavcer Press, Ltd.
- Fu, L.R. (2017). *365 Tip For Women*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Gumulya, J & Widiastuti, M (2013) . Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi, Volume 11 Nomor 1, Juni 2013*.
- Ida Fitria. (2013) . Does Self-Esteem Contribute Any Effect to Social Anxiety among international University Students. *Malaysian Journal of Research-MJR, Vol. 1, No. 1 (January, 2013), 10-19*.
- Jasmadi & Aulia A. (2016). Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Remaja di Banda Aceh. *Jurnal psikoislamedia, Volume 1, Nomer 2, Oktober 2016*.
- John D & Timothy. (2008). Self-Esteem and Extrinsic Career Success : Test of a Dynamic Model. *Applied Psychology: An International Review, 2008, 57 (2), 204-224*.
- Mowen, J.C & M.Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Mustafa, Z. (2009). *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Myers, David G. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nugroho A & Fauziah N. (2018). Hubungan antara Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Produk Fashion Bermerk pada siswa SMAN 3 Semarang. *Jurnal Empati, Volume 7, Nomor 2, halaman 425-428, April 2018*.
- Nur F, dkk (2013). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip, Volume 12, Nomor 1, April 2013*.
- Rakasiwi, dkk. (2015). Hubungan Harga Diri Dengan Prestasi Belajar Mahasiswa Tahun Ketiga Fakultas Kedokteran Universitas Riau. *JOM FK Vol 2, No 1, Februari 2015*.
- Ryan, R., & Brown, K. (2003). Why We Don't Need Self Esteem: On Fundamental Needs, Contingent Love, and Mindfulness. *Psychological Inquiry, 14(1), 27-82*.

- Safitri. (2011). Hubungan Antara Kepribadian Narsistik dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi Vol.2 No. 2, 2 September 2011*.
- Santrock, J. W. (2002). *Psikologi Perkembangan*, jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Sari, P. (2012). Jurnal harga diri pada remaja putri yang telah melakukan hubungan seks pranikah. *Jurnal Psikologi hal. 1-141*.
- Sari, M.A. (2015). Perilaku Konsumtif pada Anggota Komunitas Hijabbers Semarang. *Jurnal Psikologi Universitas Semarang*.
- Sarwono, S. W & Eko A. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Satriya, H.T. (2008). Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Yogyakarta. *Skripsi Universitas Sanata Darma Yogyakarta*.
- Siregar, M. (2017). Hubungan antara Perilaku Konsumtif Terhadap *Smartphone* pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi Volume 10, Nomor 2 Desember 2017*.
- Srisayekti, & Setiadi. (2015). Self Esteem Terancam dan Perilaku Menghindar. *Jurnal Psikologi, vol. 42, no 2*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Iklan Televisi*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, U . (2011). *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Suminar & Meiyuntari. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia, Vol. 4, No. 02, hal 145 – 152 Mei 2015*.
- Suseno, M. N. (2012). *Statistika: Teori dan Aplikasi Untuk Penelitian Ilmu Sosial dan Humaniora*. Yogyakarta : Ash-Shaff.
- Stets. J.E., & Burke, P.J. (2014). Self Esteem and Identities. *Sociological Perspective, Vol. 57, (4)409-433*.
- Tinarbuko, S. (2006). Pola Hidup Konsumtif Masyarakat Yogya. Jakarta: Kompas.
- Tranggono, R.I., & Latifah, F. (2007). *Buku Pegangan Ilmu Pengetahuan Kosmetik*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Yuniarti, V.S. (2015). *Perilaku Konsumen, Teori dan Praktik*. Bandung : Pustaka Setia.



DAFTAR LAMAN

<https://adlinamasyita.wordpress.com/2015/01/11/budaya-konsumtif-di-indonesia-gaya-hidup-masyarakat-global/> Di unduh pada tanggal, Jumat, 20 Desember 2019; 06:54 AM.

<http://ekonomi.metrotvnews.com/mikro/dN6gD4Qb-masyarakat-indonesia-gaji-pas-pasan-tapi-gaya-hidup-hedonis> Di unduh pada tanggal, Rabu 6 Juni 2018; 5:26 AM.

<https://wartakota.tribunnews.com/2014/10/31/tren-gaya-hidup-konsumtif>
Di Unduh pada tanggal, Selasa 11 Februari 2020; 7:23 AM.

<https://www.tribunnews.com/regional/2020/02/12/psikolog-sebut-perilaku-konsumtif-jadi-penyebab-beli-produk-kosmetik-yang-tak-terjamin-keamanannya?page=2> Di Unduh pada tanggal, 17 Februari 2020; 12.51 PM.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN 1
TABULASI DATA PENELITIAN
Harga Diri

Rep	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	Total
1	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	96
2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	86
3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	82
4	3	2	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	2	3	4	3	2	3	4	92
5	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	4	4	100
6	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	3	4	3	4	2	1	3	2	4	4	2	4	4	4	4	104
7	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	94
8	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	99
9	3	2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	104
10	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	1	111
11	3	2	3	2	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	1	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	103
12	4	2	4	3	3	3	3	4	3	4	2	4	2	4	4	3	3	4	4	2	2	4	3	2	3	3	1	3	4	4	4	3	101
13	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	4	3	4	4	100
14	3	1	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	92
15	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	107
16	4	2	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
17	4	2	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	3	95
18	4	2	4	4	3	2	3	4	2	4	2	2	4	3	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	100
19	4	2	4	1	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	94
20	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	99

21	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	4	1	4	4	4	4	105	
22	3	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	2	4	103		
23	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	106		
24	4	1	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	104		
25	4	2	4	1	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	94		
26	3	3	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	2	3	3	4	3	98		
27	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	101	
28	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	99	
29	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	96		
30	3	2	3	4	3	3	4	2	4	4	2	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	102	
31	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	2	4	3	4	1	3	3	2	4	3	4	1	3	4	4	4	99	
32	2	2	3	3	3	4	2	2	1	3	3	2	2	4	3	2	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	83
33	3	2	3	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	111	
34	3	1	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	101	
35	4	1	4	1	3	3	3	3	4	4	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	93	
36	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	94	
37	4	1	4	2	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	1	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	103	
38	4	2	4	4	4	3	4	4	3	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	99	
39	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	96	
40	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	97	
41	3	3	3	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	1	2	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	94	
42	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	94
43	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	104	
44	4	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	105	
45	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	99	
46	3	2	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	4	3	3	99	
47	3	3	2	2	3	2	2	1	1	2	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	4	2	1	3	3	4	4	3	3	3	3	4	85	
48	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	98	
49	4	2	3	3	4	1	1	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	101	

50	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	1	98
51	4	2	2	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	4	3	3	101	
52	4	3	3	4	4	3	3	1	3	3	3	3	2	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	98	
53	4	4	4	4	4	3	3	1	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	95	
54	4	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	2	3	1	2	3	2	4	4	2	4	4	3	3	3	3	92
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	93
56	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	100
57	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	103
58	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	4	97
59	2	3	2	2	1	1	2	3	4	3	3	3	2	3	2	2	2	4	2	1	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	4	3	86
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	98

Perilaku Konsumtif

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	
3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	
2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2	
3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	
1	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	
1	1	2	3	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	4	4	3	2	2	2
3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	2	2	2	2
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	3	2	2	1	1	
2	1	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	4	3	1	4	
3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	
1	1	2	3	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	
3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	1	2	3	2	1	3	3	2	2	3	3	2	4	2	1	2	2	2	

2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	4	1	3	2	2	2	1	4	
1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	4
2	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	
3	1	2	2	1	3	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	4	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2			
3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3		
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	1	3	
1	2	1	1	1	1	2	3	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2		
1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	
3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3		
2	2	2	2	2	2	1	3	1	2	2	2	2	1	1	2	4	4	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	2	2	2	2	2	1	
2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	3	2	1	2	2	2	2		
3	2	1	2	1	2	1	3	1	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	1	3	3	3	1	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2		
3	2	2	3	2	3	1	3	3	2	4	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
1	2	3	2	1	4	1	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	4	2	1	2	2	1	2	2	2	2		
3	1	2	1	1	3	1	3	1	4	4	2	3	1	4	1	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3		
1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	4	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3
2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	
3	2	1	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	1		
3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	3	3	2	2	2	2		
2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	2	4		
3	2	2	2	1	2	1	3	1	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2		
3	2	1	2	1	2	1	3	1	4	4	3	2	3	2	2	2	3	2	1	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2		
2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2		

2	2	1	1	2	3	2	3	2	1	2	1	2	4	2	2	3	2	2	4	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	141
2	2	1	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	138
3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	164	
3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	148
2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	136
2	2	1	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	133
3	3	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	178
4	2	1	1	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3	1	4	2	3	3	4	4	4	3	3	1	2	3	4	3	2	159
2	2	2	1	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	3	2	3	2	142
2	2	2	1	2	4	2	3	4	2	3	3	4	4	4	2	3	1	2	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	4	3	151
3	2	1	2	2	3	2	3	3	2	3	4	4	3	4	2	3	1	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	173
2	2	1	2	3	3	1	3	2	4	1	2	3	3	4	1	4	1	4	3	3	1	4	2	2	2	2	2	3	3	3	146
2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	134
3	2	1	2	2	3	2	3	3	2	3	4	4	3	4	2	3	1	2	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	173
3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	2	1	2	3	2	2	3	167
3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	160
2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	4	156
2	2	1	1	2	3	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	4	153
3	3	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	4	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2	192
4	2	1	1	3	4	2	3	4	2	3	3	3	3	3	1	4	2	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3	4	2	3	178
2	2	2	1	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	2	3	4	1	2	3	3	4	1	4	160
2	2	2	1	2	4	2	3	4	2	3	3	4	4	4	2	3	1	2	3	4	3	3	1	3	2	2	3	2	2	3	163
3	2	1	2	2	3	2	3	3	2	3	4	4	3	4	2	3	1	2	3	4	3	3	2	3	4	4	3	4	2	3	178



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN 2

Frequencies Deskriptif Statistik

Statistics

		Harga Diri	Perilaku Konsumtif
N	Valid	60	60
	Missing	0	0
Mean		98,3333	150,2000
Std. Deviation		6,49293	21,61042
Minimum		82,00	96,00
Maximum		117,00	192,00

Harga Diri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	82,00	1	1,7	1,7	1,7
	83,00	1	1,7	1,7	3,3
	85,00	1	1,7	1,7	5,0
	86,00	2	3,3	3,3	8,3
	92,00	3	5,0	5,0	13,3
	93,00	2	3,3	3,3	16,7
	94,00	6	10,0	10,0	26,7
	95,00	2	3,3	3,3	30,0
	96,00	3	5,0	5,0	35,0
	97,00	2	3,3	3,3	38,3
	98,00	5	8,3	8,3	46,7
	99,00	7	11,7	11,7	58,3
	100,00	4	6,7	6,7	65,0
	101,00	5	8,3	8,3	73,3
	102,00	1	1,7	1,7	75,0
	103,00	4	6,7	6,7	81,7
	104,00	4	6,7	6,7	88,3
	105,00	2	3,3	3,3	91,7
	106,00	1	1,7	1,7	93,3
	107,00	1	1,7	1,7	95,0
	111,00	2	3,3	3,3	98,3
	117,00	1	1,7	1,7	100,0
	Total	60	100,0	100,0	

Perilaku Konsumtif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	96,00	1	1,7	1,7	1,7
	113,00	1	1,7	1,7	3,3
	117,00	2	3,3	3,3	6,7
	119,00	1	1,7	1,7	8,3
	122,00	1	1,7	1,7	10,0
	124,00	3	5,0	5,0	15,0
	128,00	1	1,7	1,7	16,7
	130,00	1	1,7	1,7	18,3

131,00	2	3,3	3,3	21,7
133,00	1	1,7	1,7	23,3
134,00	2	3,3	3,3	26,7
135,00	3	5,0	5,0	31,7
136,00	1	1,7	1,7	33,3
138,00	2	3,3	3,3	36,7
141,00	1	1,7	1,7	38,3
142,00	2	3,3	3,3	41,7
144,00	1	1,7	1,7	43,3
145,00	1	1,7	1,7	45,0
146,00	1	1,7	1,7	46,7
148,00	1	1,7	1,7	48,3
149,00	1	1,7	1,7	50,0
150,00	1	1,7	1,7	51,7
151,00	1	1,7	1,7	53,3
153,00	1	1,7	1,7	55,0
156,00	1	1,7	1,7	56,7
159,00	1	1,7	1,7	58,3
160,00	3	5,0	5,0	63,3
162,00	1	1,7	1,7	65,0
163,00	2	3,3	3,3	68,3
164,00	1	1,7	1,7	70,0
165,00	1	1,7	1,7	71,7
166,00	1	1,7	1,7	73,3
167,00	1	1,7	1,7	75,0
173,00	2	3,3	3,3	78,3
175,00	1	1,7	1,7	80,0
176,00	5	8,3	8,3	88,3
178,00	5	8,3	8,3	96,7
179,00	1	1,7	1,7	98,3
192,00	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

LAMPIRAN 3
Uji Prasyarat

1. Uji Linieritas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif *	Between Groups (Combined)	8460,200	21	402,867	,802	,701
Harga Diri	Linearity	4493,024	1	4493,024	8,942	,005
	Deviation from Linearity	3967,176	20	198,359	,395	,985
	Within Groups	19093,400	38	502,458		
	Total	27553,600	59			

2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Harga Diri	Perilaku Konsumtif
N		60	60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	98,3333	150,2000
	Std. Deviation	6,49293	21,61042
Most Extreme Differences	Absolute	,096	,104
	Positive	,075	,080
	Negative	-,096	-,104
Kolmogorov-Smirnov Z		,745	,808
Asymp. Sig. (2-tailed)		,635	,531

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 4

Analisis Korelasi Product Moment

Correlations

		Harga Diri	Perilaku Konsumtif
Harga Diri	Pearson Correlation	1	-,404**
	Sig. (2-tailed)		,001
	N	60	60
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-,404**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	
	N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 5. SKALA PENELITIAN

Skala Harga Diri

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya merasa diri ini cukup berharga.				
2	Saya merasa memiliki banyak kekurangan pada diri sendiri.				
3	Saya menyukai diri apa adanya.				
4	Tidak pernah menjadi diri sendiri, dan suka ikut-ikutan dengan orang lain.				
5	Saya bangga dengan penampilan apa adanya.				
6	Saya menjadi diri sendiri, tidak pernah ikut-ikutan orang lain.				
7	Saya membanding-bandingkan diri sendiri dengan orang lain.				
8	Selalu berpikir positif dalam menyikapi apapun.				
9	Saya malas untuk merawat kulit wajah.				
10	Menurut saya, kecantikan dari dalam diri (<i>Inner Beauty</i>) yang harus di perhatikan .				
11	Saya merasa tidak percaya diri, jika tidak menggunakan produk perawatan wajah yang bermerk.				
12	Setiap hari, saya menerapkan pola hidup sehat.				
13	Saya merasa tidak puas dengan diri sendiri.				

14	Selalu menerima kritik dan saran dari orang lain.				
15	Merawat wajah adalah hal yang paling utama yang saya lakukan.				
16	Terkadang dalam menyikapi suatu hal, saya sering berfikir negatif.				
17	Apapun keadaan saya, saya percaya diri.				
18	Saya tidak peduli dengan kebersihan wajah.				
19	Saya sangat peduli dengan kebersihan wajah saya.				
20	Suka mengeluh dengan segala kekurangan yang ada di diri saya.				
21	Saya lebih memilih melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan, daripada harus menerapkan pola hidup sehat.				
22	Jika orang lain memandangi saya dengan tatapan yang mengesankan, saya bersikap cuek.				
23	Saya yakin dalam membeli suatu produk perawatan wajah.				
24	Ketika melakukan perawatan wajah, saya suka berganti-ganti <i>Treatment</i> perawatan wajah.				
25	Menerima segala kekurangan pada diri saya.				
26	Saya puas dengan diri sendiri.				
27	Saya tidak pernah bersyukur atas karunia Tuhan.				
28	Saya tidak suka bersaing dengan orang lain, dalam hal penampilan.				
29	Selalu bersyukur dengan apa yang saya miliki, membuat hidup bahagia.				

30	Saya merasa kecewa dengan kehidupan saya.				
31	Selalu bersyukur dengan segala ciptaan Tuhan yang ada pada diri saya.				
32	Apabila ada teman satu komunitas yang penampilannya <i>Glamour</i> , saya merasa iri.				



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Skala Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Setiap melihat iklan perawatan wajah, saya tertarik untuk mencobanya.				
2	Saya membeli produk perawatan wajah, berapapun harganya.				
3	Saya berfikir ulang saat membeli produk perawatan wajah yang mahal harganya.				
4	Saya berganti-ganti Produk Perawatan wajah.				
5	Saya membeli produk perawatan wajah yang paling mahal.				
6	Saya bukan tipe orang yang mudah tertarik dengan iklan perawatan wajah .				
7	Menurut saya lebih baik membeli produk perawatan wajah yang mahal, daripada menabung.				
8	Jika ada produk perawatan wajah keluaran terbaru, saya tidak tertarik untuk membelinya.				
9	Saya suka berpindah-pindah tempat untuk melakukan perawatan wajah.				
10	Jika ada yang menjual produk perawatan wajah dengan harga yang mahal, saya tidak tertarik untuk membelinya.				

11	Saya tidak suka mengkoleksi produk perawatan wajah.				
12	Saya senang sekali mengkoleksi produk perawatan wajah.				
13	Menurut saya menabung adalah tindakan yang lebih baik daripada membeli produk perawatan wajah yang mahal.				
14	Saya selalu tertarik untuk membeli produk perawatan keluaran terbaru.				
15	Saya takut wajah menjadi rusak, jika sering berganti-ganti produk perawatan wajah.				
16	Menurut saya dengan membeli barang yang mahal akan membuat di hargai oleh orang lain.				
17	Saya mudah terpengaruh dengan ajakan teman untuk membeli produk perawatan tertentu.				
18	Saya mencoba berbagai macam produk perawatan wajah, agar wajah terlihat lebih baik.				
19	Menurut saya sebaiknya dalam membeli suatu barang yang dilihat bukan mahal atau tidaknya harga barang tersebut, akan tetapi manfaatnya.				
20	Terkadang saya lebih memprioritaskan untuk membeli produk perawatan wajah dibandingkan dengan kebutuhan yang lainnya.				
21	Saya memiliki pendirian yang kuat, jadi tidak mudah terpengaruh oleh ajakan teman untuk membeli produk perawatan wajah apapun.				
22	Saya melakukan perawatan wajah untuk bersaing dengan teman-teman dalam hal penampilan.				
23	Membeli produk perawatan wajah bukanlah hal				

	yang harus diprioritaskan.				
24	Jika ada diskon atau promo produk perawatan wajah, saya selalu tergiur untuk membelinya.				
25	Melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan adalah bentuk untuk mencari kesenangan.				
26	Saya selalu membeli produk perawatan wajah sesuai kebutuhan.				
27	Saya selalu tidak pernah berfikir dua kali dalam membeli suatu produk perawatan wajah.				
28	Saya tidak pernah memaksakan kehendak dalam memenuhi keinginan.				
29	Saya akan berusaha melakukan berbagai cara agar keinginan dapat terwujud.				
30	Terkadang saya membeli produk perawatan wajah yang tidak di perlukan.				
31	Saat akan membeli suatu produk perawatan wajah, saya selalu berfikir dua kali.				
32	Saya malas untuk membeli produk perawatan wajah meskipun sedang diskon.				
33	Saya tersinggung, jika ada teman satu komunitas yang mengomentari produk perawatan wajah yang saya gunakan.				
34	Menurut saya jika seseorang melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan yang sudah terkenal adalah hal yang biasa.				
35	Jika ada orang lain yang lebih dari saya dalam hal apapun, saya akan bersaing.				
36	Menurut saya untuk bergaul dengan sesama teman di komunitas, tidak harus memiliki barang yang sama dengan mereka.				

37	Jika melakukan perawatan wajah di klinik kecantikan yang sudah terkenal, maka akan muncul kesan mewah pada orang tersebut.				
38	Apabila ada teman satu komunitas yang mengomentari produk perawatan wajah yang saya gunakan, saya tidak akan merasa tersinggung.				
39	Menurut saya untuk bergaul dengan teman di komunitas, kita harus selalu memiliki barang yang sama dengan mereka.				
40	Saya tidak suka bersaing dengan orang lain dalam hal apapun, karena saya lebih senang menjadi diri sendiri.				
41	Usia bukanlah penghalang untuk membeli barang-barang yang dapat menunjang penampilan, meskipun itu berlebihan.				
42	Jika sering melakukan perawatan wajah akan membuat saya tampak lebih muda.				
43	Menurut saya melakukan perawatan wajah tidak harus dilakukan di klinik ternama.				
44	Saya lebih suka menggunakan produk perawatan wajah yang harganya lebih murah.				
45	Saya tidak mau menggunakan produk perawatan wajah yang harganya murah.				
46	Kita tidak perlu membelanjakan uang untuk membeli barang-barang yang menunjang penampilan secara berlebihan.				
47	Jika saya melakukan perawatan wajah yang di klinik ternama, saya akan di pandang lebih oleh orang lain.				

48	Meskipun wajah saya tidak bersih dan <i>glowing</i> , saya tetap percaya diri.				
49	Demi menjaga martabat pasangan, saya rutin menggunakan produk perawatan wajah supaya terlihat selalu muda.				
50	Saya suka melakukan perawatan wajah, semata-mata untuk menunjang penampilan saya.				
51	Saya tidak tertarik dengan ajakan teman untuk membeli suatu produk perawatan wajah.				
52	Saat membeli sebuah produk perawatan wajah, saya selalu ikut-ikutan teman.				
53	Saya tidak perlu repot-repot, melakukan berbagai macam perawatan wajah, agar di sayang pasangan.				
54	Jika ada teman yang menggunakan produk perawatan wajah yang lebih bagus dari saya, saya akan merasa kesal.				
55	Saya tidak merasa kesal jika ada teman saya yang menggunakan produk perawatan wajah yang lebih bagus dari saya.				
56	Saya melakukan berbagai macam perawatan wajah, agar di sayang oleh pasangan.				
57	Demi menunjang penampilan saya, saya tidak perlu melakukan perawatan wajah.				
58	Saya tertarik membeli produk perawatan wajah yang sedang tren saat ini.				
59	Saya merasa perawatan wajah bukanlah hal yang paling penting bagi seorang wanita.				
60	Saya tertarik membeli produk perawatan wajah yang sedang tren saat ini.				
61	Menurut saya perkembangan mode suatu barang				

	tidak perlu harus ditunjukkan dengan cara membeli produk tersebut.				
62	Saya tertarik membeli dan memakai produk perawatan wajah terbaru yang belum dimiliki teman-teman.				
63	Saya lebih senang menghabiskan waktu luang di rumah, daripada melakukan Facial di klinik kecantikan.				
64	Jika saya ada waktu luang, saya berusaha menyempatkan diri pergi ke klinik kecantikan hanya sekedar untuk melakukan treatment Facial.				
65	Saya tidak tertarik untuk membeli produk perawatan wajah yang sedang populer saat ini.				
66	Menurut saya perawatan wajah adalah hal yang paling penting di lakukan oleh wanita.				
67	Jika ada produk perawatan wajah keluaran terbaru, saya tidak berminat mencoba maupun memakainya.				

LAMPIRAN 6. DOKUMENTASI



1.1. Peneliti sedang membagikan lembar kuisisioner

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



1.2. Peneliti sedang membagikan lembar kuisisioner

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



1.3. Responden sedang mengisi kusioner



1.4. Responden sedang mengisi kusioner



1.5. Responden sedang mengisi kusioner



1.6. Peneliti sedang berbincang bincang dengan Responden