

**“HUBUNGAN GAYA HIDUP BRAND MINDED DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN MAKEUP BRANDED PADA
MAHASISWI DI JAKARTA”**



OLEH:

KHAIRUNA ZATADINI

1125163714

SKRIPSI

Ditulis untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Program Studi Psikologi

Fakultas Pendidikan Psikologi

Universitas Negeri Jakarta

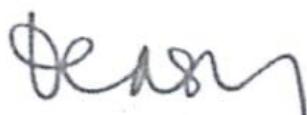
2020

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

Hubungan Gaya Hidup *Brand Minded* dengan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian *Makeup Branded* pada Mahasiswi Di Jakarta

Nama Mahasiswa : Khairuna Zatadini
Nomor Registrasi : 1125163714
Jurusan/Program Studi : Psikologi
Tanggal Ujian : 06 Agustus 2020

Pembimbing I



Deasyanti, Ph.D
NIP.196612072005012001

Pembimbing II



Erik, M.Si.
NIDN. 8844660018

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Pandatangan	Tanggal
Dr. Gantina Komalasari, M.Psi (Penanggungjawab)*		27/08/2020
Dr. Gumgum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		27/08/2020
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Ketua Penguji)***		21 Agustus 2020
Dr. Lussy Dwitami Wahyuni, M.Pd (Anggota)****		21 Agustus 2020
Vinna Ramadhany Sy, M.Psi (Anggota)		21 Agustus 2020

Catatan:

*Dekan FPPsi

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dosen Penguji selain pembimbing

Lembar Pernyataan Keaslian Skripsi

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Khairuna Zatadini
NIM : 1125163714
Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "**Hubungan Gaya Hidup Brand Minded dengan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Makeup Branded pada Mahasiswa Di Jakarta**" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Juli 2020.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, Agustus 2020

Yang Membuat Pernyataan



(Khairuna Zatadini)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA
ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Khairuna Zatadini
NIM : 1125163714
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi
Alamat email : khairunarity@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (...)

yang berjudul :

“Hubungan Gaya Hidup Brand Minded Dengan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Makeup Branded pada Mahasiswi Di Jakarta”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara fulltext untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 15 September 2020

Penulis

(Khairuna Zatadini)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMPAHAN

“Janganlah engkau bersedih, sesungguhnya Allah bersama kita.”

-QS. At-Taubah : 40-

“LIFE IS TOUGH MY DARLING, BUT SO ARE YOU”

-LAURA BRUNEREAU-



Dengan mengucap puji syukur kepada ALLAH SWT, atas berkat rahmat dan hidayahnya akhirnya tugas akhir atau skripsi ini dapat terselesaikan.

Saya persesembahkan skripsi ini untuk kedua Orang Tua, Kakak, Suami dan anak saya yang tiada henti-hentinya memberikan doa dan dukungan berupa moril, materi dan semangat, dan juga untuk diri saya sendiri atas pencapaian yang sudah saya lakukan selama di perkuliahan.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Khairuna Zatadini
NIM. : 1125163714
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Pendidikan Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Non-exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Hubungan Gaya Hidup Brand Minded dengan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Makeup Branded pada Mahasiswa Di Jakarta”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonekslusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 2 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



ABSTRAK

“HUBUNGAN GAYA HIDUP BRAND MINDED DENGAN PERILAKU KONSUMTIF DALAM PEMBELIAN MAKEUP BRANDED PADA MAHASISWI DI JAKARTA”

2020

KHAIRUNA ZATADINI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang positif dan juga signifikan antara gaya hidup *brand minded* dengan perilaku konsumtif. Subjek dalam penelitian ini semuanya adalah wanita dan seorang mahasiswi yang berusia 18-24 tahun berjumlah 107 responden di Jakarta, dengan menggunakan metode kuantitatif dan teknik sampling yang digunakan yaitu *non-probability sampling* secara *accidental sampling*.

Proses pengambilan data dilakukan menggunakan uji coba terpakai dengan dua Instrumen, Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Gaya Hidup Brand Minded dengan 24 butir item pernyataan dan Skala Perilaku Konsumtif dengan 30 butir item pernyataan. Uji analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian ini adalah uji analisis *Pearson product moment*. Hasil penelitian menunjukkan nilai dengan nilai $p = 0,00$, yang berarti terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup *brand minded* dengan perilaku konsumtif pembelian *makeup branded* pada mahasiswi di Jakarta.

Kata kunci: Gaya Hidup, Perilaku Konsumtif, Mahasiswi

**CORRELATION OF “BRAND-MINDED” LIFESTYLES WITH
CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF BUYING BRANDED MAKEUP FOR
FEMALE STUDENTS IN JAKARTA**

FINAL PROJECT

KHAIRUNA ZATADINI

2020

ABSTRACT

This study aims to determine whether there is a positive and significant relationship between brand minded lifestyles with consumptive behavior. The subjects in this study were all women and a female student aged 18-24 years old totaling 107 respondents in Jakarta, using quantitative methods and the sampling technique used was non-probability sampling by accidental sampling.

The data collection process was carried out using a two-instrument trial. The instrument used in this study was the Brand Minded Lifestyle Scale with 24 statement items and the Consumer Behavior Scale with 30 statement items. The statistical analysis test used to test the hypothesis of this study is the Pearson product moment analysis test. The results showed a value of $p = 0.00$, which means that there was a significant positive relationship between brand minded lifestyles and consumer behavior of buying branded makeup for female students in Jakarta.

Key Words: *Lifestyles , Consumptive Behavior, Female Students*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Hubungan Gaya Hidup Brand Minded dengan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Makeup Branded pada Mahasiswi Di Jakarta”**. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang disusun peneliti untuk memenuhi persyaratan kelulusan Strata Satu (S1) Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta.

Terbentuknya skripsi ini membuat peneliti mendapatkan berbagai pengalaman, ilmu dan juga pengetahuan. Pengalaman-pengalaman yang tidak akan dilupakan pada saat menyusun skripsi ini salah satunya peneliti harus tetap berada di dalam rumah karena sedang masa pandemi dan melakukan bimbingan secara *virtual* tanpa pernah bertatap muka langsung dengan dosen pembimbing akhirnya dapat peneliti lalui, serta ilmu dan pengetahuan yang peneliti dapat pada saat mengerjakan skripsi ini tidak akan terlupakan begitu saja.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak kekurangan di dalamnya, karena keterbatasan yang dimiliki. Peneliti juga menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin berterimakasih kepada:

1. Ibu Gantina Komalasari, M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi, Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gumgum Gumelar, M.si, selaku Dekan I, Ibu Ratna Dyah Surarti, Ph.D selaku Wakil Dekan II, dan Ibu Dr. Lussy Dwitami, M.Pd selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku Koordinator Progam Studi

Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

4. Ibu Deasyanti, PhD, selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran serta sabar dalam memberikan arahan, masukan serta saran dalam kepada peneliti untuk dapat menyusun skripsi ini.
5. Bapak Erik, M.Si selaku dosen pembimbing II yang juga telah memberikan arahan, masukan dan saran dalam kepada peneliti untuk dapat menyusun skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmunya selama peneliti menjalani perkuliahan dari 2016-2020
7. Bapak dan Ibu bagian Tata Usaha dan Administrasi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu peneliti dalam mengurus berbagai keperluan administrasi dan surat menyurat selama menjalani perkuliahan.
8. Kedua Orangtuaku tercinta, teruntuk Alm. Abi dan juga Mama yang telah dengan sabar merawat, mendidik, memberikan seluruh kasih dan sayangnya sehingga peneliti bisa ada di titik ini. Terimakasih banyak, abi dan mama..
9. Ketiga Saudaraku, Mas Apo, Mas Fajar dan Shoni yang sudah berusaha selalu ada ketika peneliti membutuhkannya. Juga kedua kakak ipar serta kedua ponakan ku yang selalu menjadi penghibur.
10. Suamiku, dan Anakku yang selama ini selalu ada, mensupport, membahagiakan, dan memberikan seluruh kasih sayangnya.
11. Sahabat yang sudah seperti kakak, Maza, Cory, Awal, Agam, Inu, Eka. Terimakasih sudah selalu ada, mensupport, menyayangi sejak peneliti masih di sekolah dasar hingga sekarang
12. Teman-teman dan sahabat di Kampus, terutama Uni, Bila, Iren, Naila, Laras, Aldy, Ayu, Rifka, Runa, Ziah, Suci dan Reza yang selama 4 tahun ini sudah selalu ada, mensupport satu sama lain terlebih saat penggerjaan skripsi terimakasih sudah mau direpotkan oleh peneliti.
13. Semua teman bimbingan yang sama, diantaranya Kiki, Nia, Anggi, Santi, Ranita, Marshell, Vega, dan Toni yang sudah saling bertukar keluh kesah,

dan direpotkan oleh peneliti.

14. Seluruh teman kelas F 2016 yang selama ini sudah seru dan kompak serta membantu satu sama lain. Semoga kita bisa lulus tahun ini.
15. Serta semua pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga hasil penelitian ini bermanfaat untuk semua pihak yang memerlukan bahan referensi.

Jakarta, Agustus 2020



Khairuna Zatadini



DAFTAR ISI

Contents

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
Lembar Pernyataan Keaslian Skripsi	ii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	16
1.1 Latar Belakang Masalah	16
1.2 Identifikasi_Masalah	20
1.3 Batasan Masalah.....	21
1.4 Rumusan Masalah	21
1.5 Tujuan Penelitian.....	21
1.6 Manfaat Penelitian	21
1.6.1 Manfaat teoritis	21
1.6.2 Manfaat praktis.....	22
TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Perilaku Konsumtif.....	23
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumtif.....	23
2.1.2 Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	24
2.1.3 Faktor-faktor Perilaku Konsurntif	24

Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	24
2.2.1 Pengertian Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	24
2.2.2 Dimensi Pengukuran Gaya Hidup Brand Minded.....	26
2.2.3 Dampak Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	27
2.2.4 Klasifikasi Gaya Hidup	27
2.3 Mahasiswa.....	28
2.3.1 Pengertian Mahasiswa.....	28
2.4 Hubungan Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> dengan Perilaku Konsumtif	
29	
2.5 Kerangka Konseptual.....	30
2.6 Hipotesis.....	30
2.7 Hasil Penelitian yang Relevan	30
BAB III	
2.2 METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Tipe Penelitian.....	32
3.2 Identifikasi dan Operasionalisasi Variabel Penelitian.....	32
3.2.1 Definisi Konseptual Variabel	32
3.2.2 Definisi Operasional Variabel	33
3.3 Populasi dan Sampel	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.4.1 Instrumen Penelitian.....	34
3.5 Uji Coba Instrumen	37
3.5.1 Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Instrumen Perilaku Konsumtif	38
3.5.2 Hasil Uji Coba Validitas dan Reliabilitas Instrumen Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	40
3.6 Analisis Data	42
3.6.1 Uji Statistik.....	42
3.6.2 Hipotesis Statistik.....	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43

4.1 Gambaran Responden_Penelitian.....	43
4.1.1 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	43
4.1.2 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Usia.....	43
4.1.3 Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jumlah Makeup <i>Branded</i> yang Dimiliki	44
4.2 Prosedur Penelitian.....	45
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	45
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian	46
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian.....	47
4.3.1 Data Deskriptif Perilaku Konsumtif.....	47
4.3.2 Kategorisasi Skor Variabel Perilaku Konsumtif.....	48
4.3.3 Data Deskriptif Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	50
4.3.4 Kategorisasi Skor Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	51
4.3.5 Uji_Normalitas	53
4.3.6 Uji Linieritas	53
4.3.7 Uji Korelasi	54
4.3.8 Uji Hipotesis.....	54
4.4 Pembahasan.....	55
4.5 Keterbatasan Penelitian	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	58
5.2 Implikasi.....	59
5.3. Saran.....	60
5.3.1 Bagi Para Mahasiswa	60
5.3.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Kisi-kisi Instrumen Perilaku Konsumtif.....	35
Tabel 3.2	Norma Skor Instrumen Perilaku Konsumtif.....	36
Tabel 3.3	Kisi-kisi Instrumen Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	36
Tabel 3.4	Norma Skor Instrumen Perilaku Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	37
Tabel 3.5	Kaidah Reliabilitas Guilford	38
Tabel 3.6	Output SPSS Validitas Butir Instrumen Perilaku Konsumtif.....	39
Tabel 3.7	Kisi-kisi Instrumen Perilaku Konsumtif (Setelah Uji Coba).....	39
Tabel 3.8	Output SPSS Validitas Butir Instrumen Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> .41	41
Tabel 3.9	Kisi-kisi Instrumen Gaya Hidup <i>Brand Minded</i> (Setelah Uji Coba)..	41
Tabel 4.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2	Gambaran Umum Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3	Gambaran Umum Berdasarkan Jumlah Merek Makeup	44
Tabel 4.4	Data Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif	47
Tabel 4.5	Kategorisasi Skor Variabel Perilaku Konsumtif	49
Tabel 4.6	Data Deskriptif Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	50
Tabel 4.7	Kategorisasi Skor Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	52
Tabel 4.8	Uji Normalitas	53
Tabel 4.9	Uji Linieritas.....	53
Tabel 4.10	Uji Korelasi	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1	Gambaran Umum Berdasarkan Usia	44
Gambar 4.2	Gambaran Umum Berdasarkan Jumlah Merek Makeup	45
Gambar 4.3	Data Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif	48
Gambar 4.4	Kategorisasi Skor Variabel Perilaku Konsumtif.....	49
Gambar 4.5	Data Deskriptif Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	51
Gambar 4.6	Kategorisasi Skor Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	52
Gambar 4.7	Grafik Scatter Plot Uji Linearitas	54



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Uji Coba Terpakai.....	65
1.	Variabel Perilaku Konsumtif.....	65
2.	Variabel Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	68
Lampiran 2	Data Demografis Responden.....	71
Lampiran 3	Data Mentah	72
Lampiran 4	Analisis Uji Coba	70
Lampiran 5	Analisis Data	81
1.	Data Deskriptif Usia Responden	81
2.	Data Deskriptif Jumlah Merek Makeup	81
3.	Kategorisasi Perilaku Konsumtif	82
4.	Kategorisasi Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	82
5.	Data Deskriptif Perilaku Konsumtif dan Gaya Hidup <i>Brand Minded</i>	82
6.	Uji Normalitas	84
7.	Uji Linearitas.....	84
8.	Uji Korelasi	84
Lampiran 6	Surat Pernyataan Validasi Instrumen	85
Lampiran 7	Riwayat Hidup....	87