

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

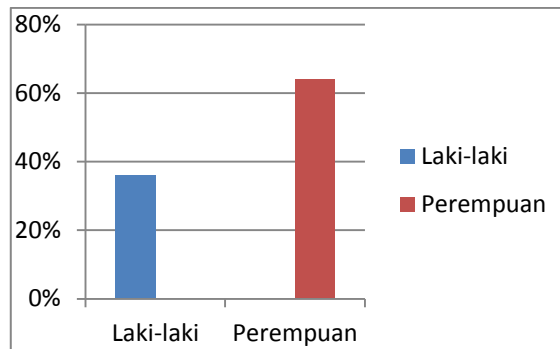
Penelitian dilaksanakan di SMK Negeri 6 Jakarta yang terletak di jalan Profesor Joko Sutono SH. No. 2A, Kelurahan Melawai, Kecamatan Kebayoran Baru, Jakarta Selatan, DKI Jakarta, dengan nomor telepon (021) 7208718. SMK Negeri 6 berdiri di atas tanah seluas 10,000 m². Jarak antara SMK Negeri 6 dengan pusat perbelanjaan Blok M *Square* adalah 1,46 Km, Blok M Plaza sejauh 2,13 Km, Pasaraya Blok M sejauh 1,01Km.

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah siswa SMK Negeri 6 yang berperilaku konsumtif, sebanyak 94 siswa. Terdiri dari kelas X, XI, dan XII dengan rentang usia 14-18 tahun. Berikut ini adalah penjelasan terperinci dari responden:

4.1.2.1 Deskripsi Jenis Kelamin

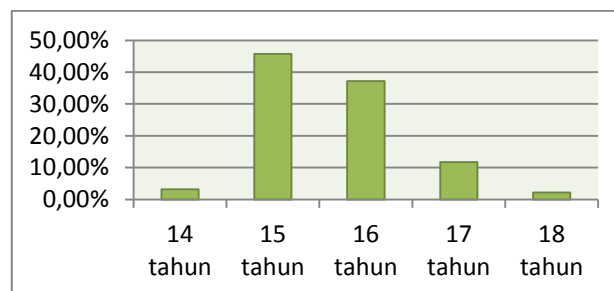
Pada penelitian ini peneliti tidak membedakan jenis kelamin, sehingga diperoleh jumlah responden sebanyak 94 siswa dengan perincian siswa laki-laki 34 orang (36%) dan siswa perempuan 60 orang (64%) diperjelas dengan diagram 4.1 berikut:



Gambar 4.1 Diagram Data Siswa Berdasarkan Jenis Kelamin

4.1.2.2 Umur Responden

Responden yang diteliti adalah dalam kategori remaja pertengahan dengan rentang usia 14 – 18 tahun, 14 tahun sebanyak 3 orang (3,19%), 15 tahun ada 43 orang (45,7%), 16 tahun terdapat 35 orang (37,2%), 17 tahun ada 11 orang (11,7%) dan 18 tahun sebanyak 2 orang (2,13%).

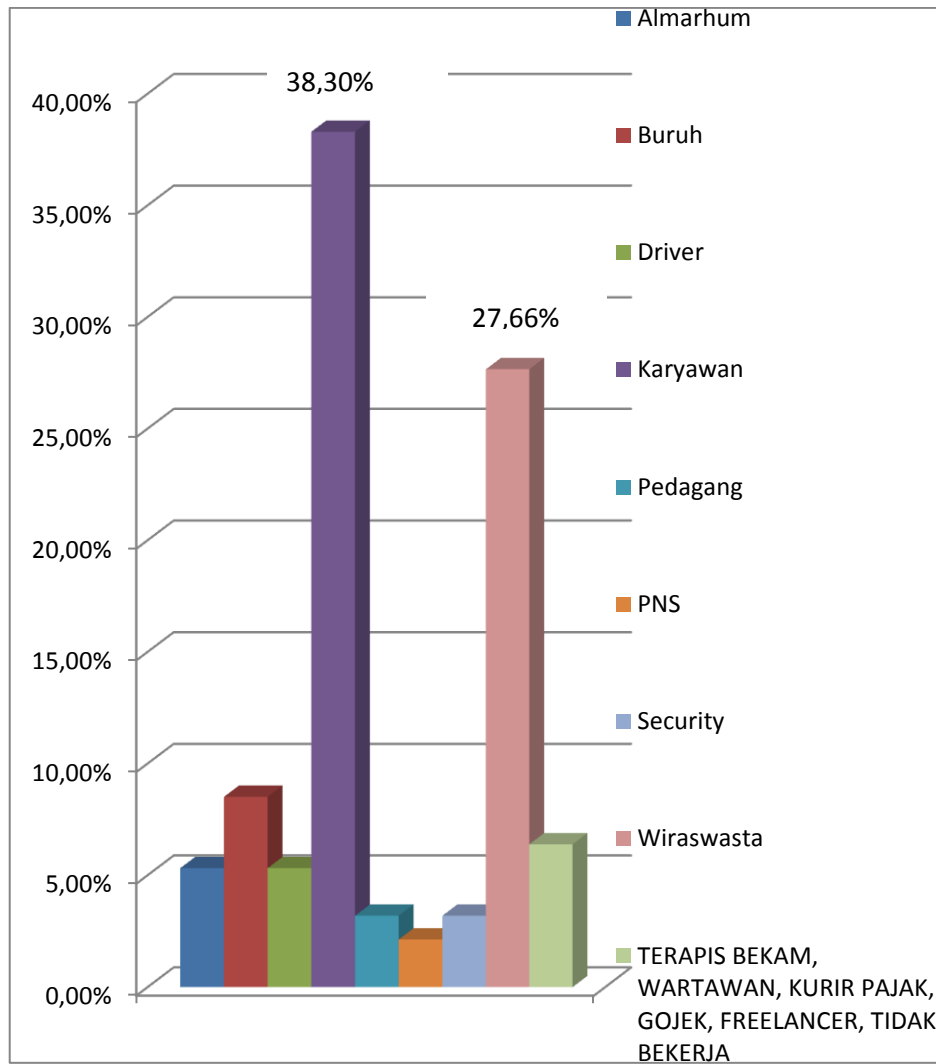


Gambar 4.2 Diagram Data Siswa Berdasarkan Umur

4.1.3 Karakteristik Keluarga

4.1.3.1 Deskripsi Pekerjaan Ayah

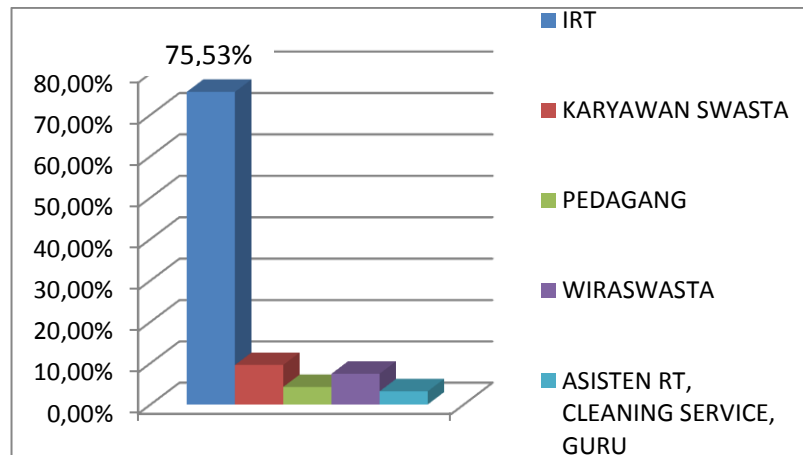
Berdasarkan diagram 4.3 untuk pekerjaan ayah dapat dijabarkan sebagai berikut, ayah yang sudah meninggal dunia sebanyak 5 orang (5,32%), bekerja sebagai buruh 8 orang (8,51%), driver 5 orang (5,32%), karyawan swasta 36 orang (38,30%), pedagang 3 orang (3,19%), PNS 2 orang (2,13%), security 3 orang (3,19%), wiraswasta 26 orang (27,66%), dan terapis bekam, wartawan, kurir pajak, gojek, freelancer, tidak bekerja total 6 orang (6,38%).



Gambar 4.3 Diagram Data Pekerjaan Ayah

4.1.3.2 Deskripsi Pekerjaan Ibu

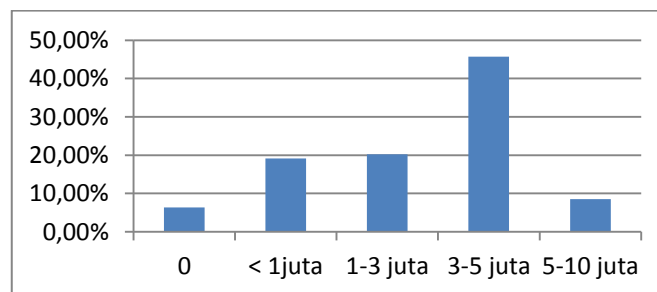
Selanjut data mengenai pekerjaan ibu, berdasarkan diagram 4.4 adalah sebagai berikut. Ibu tidak bekerja sebanyak 71 orang (75,53%), karyawan 9 orang (9,57%), pedagang 4 orang (4,26%), wiraswasta 7 orang (7,45%), dan untuk asisten rumah tangga, cleaning service, dan guru dengan total 3 orang (3,19%).



Gambar 4.4 Diagram Data Pekerjaan Ibu

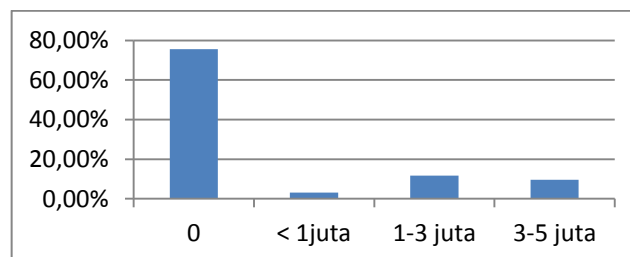
4.1.3.3 Deskripsi Penghasilan Ayah

Berdasarkan data yang diperoleh setelah penghitungan didapatkan hasil dari ayah tidak berpenghasilan sebanyak 6,38%, ayah dengan penghasilan < 1 juta sebesar 19,14%, ayah berpenghasilan 1-3juta sebesar 20,21%, berpenghasilan 3-5juta sebesar 45,74%, ayah dengan penghasilan 5-10juta sebesar 8,50%.



Gambar 4.5 Diagram Data Penghasilan Ayah

4.1.3.4 Deskripsi Penghasilan Ibu



Gambar 4.6 Diagram Data Penghasilan Ibu

Berdasarkan perhitungan didapatkan hasil, ibu rumah tangga tidak bekerja berpersentase sebesar 75,53%, < 1juta sebesar 3,19%, berpenghasilan 1-3juta 11,70% dan penghasilan 3-5 juta sebesar 9,57%.

4.1.4 Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi data hasil penelitian dimaksudkan untuk menyajikan gambaran umum mengenai penyebaran atau distribusi data. Berdasarkan jumlah variabel kepada masalah penelitian maka deskripsi data dikelompokkan menjadi dua. Kedua variabel tersebut adalah kecerdasan emosional sebagai variabel independen yang dilambangkan dengan X dan perilaku konsumtif sebagai variabel dependen yang dilambangkan dengan Y. Dalam deskripsi variabel dapat disajikan masing-masing dalam bentuk skor rata-rata nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, varians, dan distribusi frekuensi, secara lengkap dapat diuraikan sebagai berikut:

4.1.4.1 Kecerdasan Emosional

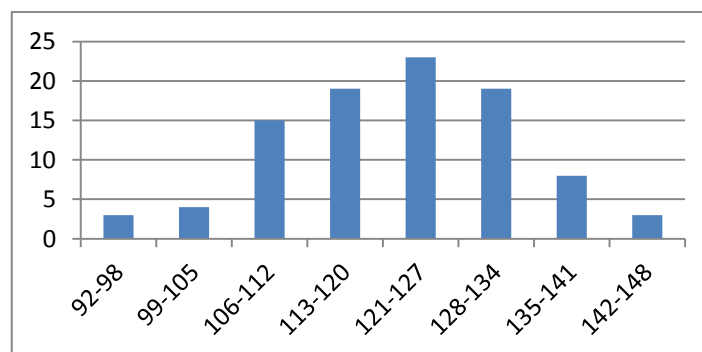
Kecerdasan emosional memiliki 39 item pertanyaan dalam instrumen penelitian, yang terbagi menjadi 5 aspek yakni mengenali emosi diri, mengelola emosi, memotivasi diri, membina hubungan dengan orang lain, dan mengenali emosi orang lain. Data kecerdasan emosional (variabel X) diperoleh dari pengisian instrumen oleh siswa SMK N 6 Jakarta sebanyak 94 siswa.

Data yang dihasilkan memiliki skor terendah 92 dan tertinggi 147, skor rata-rata (X) sebesar 121,49 varians (S^2) 133,18 dan simpangan baku $2(S)$ sebesar 11,54.

No	Interval			Batas Bawah	Batas Atas	f Absolut	f Relatif
1	92	-	98	91,5	98,5	3	3,19%
2	99	-	105	98,5	105,5	4	4,26%
3	106	-	112	105,5	112,5	15	15,96%
4	113	-	120	112,5	120,5	19	20,21%
5	121	-	127	120,5	127,5	23	24,47%
6	128	-	134	127,5	134,5	19	20,21%
7	135	-	141	134,5	141,5	8	8,51%
8	142	-	148	141,5	148,5	3	3,19%
Total						94	100%

Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Kecerdasan Emosional

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi dari data Kecerdasan Emosional diatas menunjukkan bahwa rentang skor sebanyak 55, banyaknya interval kelas adalah 8, dan panjang kelas adalah 7. Frekuensi kelas tertinggi variabel Kecerdasan Emosional yaitu 23 terletak pada interval kelas ke 5 yaitu 121 sampai 127 dengan presentase frekuensi sebesar 24,5 % dan frekuensi terendah adalah 3 yaitu terletak pada interval ke 1 dan 8 yaitu 92 sampai 98 dan 142 sampai 148 dengan presentase frekuensi sebesar 3,2%. Secara lebih jelas dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut:



Gambar 4.7 Diagram Histogram Variabel Kecerdasan Emosional

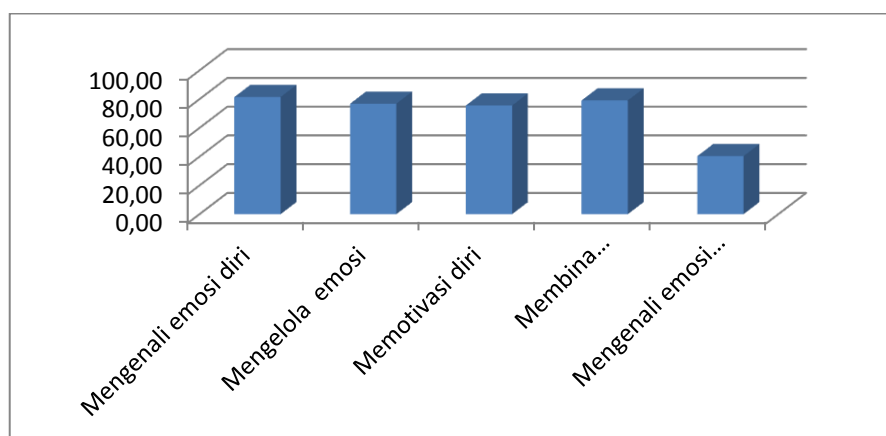
Berdasarkan penghitungan diperoleh hasil rata-rata hitung skor pada masing-masing dimensi dan indikator dari variabel kecerdasan emosional yang

menyatakan persentase keberpengaruhan dimensi serta indikator tersebut. Adapun hasil penelitian dari dimensi dan indikator adalah sebagai berikut:

1. Dimensi Kecerdasan Emosional

Berdasarkan hasil data yang diperoleh penelitian Kecerdasan Emosional yang berasal dari pengisian kuesioner dari 94 responden siswa SMK N 6 Jakarta persentase paling tinggi ditempati oleh mengenali emosi diri sebesar 81,42%. Pada masa remaja, remaja mengalami perubahan suasana hati yang cepat dan drastis karena pekerjaan rumah, pekerjaan sekolah, dan kegiatan sehari-hari.

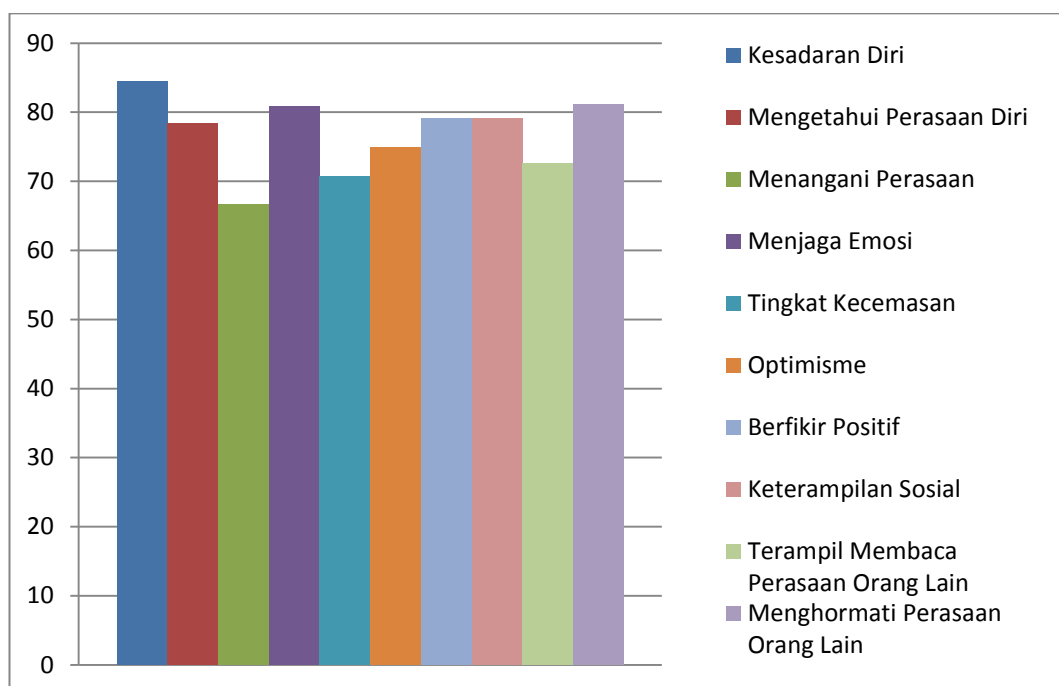
Hasil dari pengisian kuesioner didapatkan persentase sedang sebesar 75,49% ditempati oleh memotivasi diri. Remaja memotivasi dirinya untuk selalu berpikir positif dan optimis, dengan kemampuan ini remaja akan cenderung memiliki pandangan yang positif. Mengenali emosi orang lain menjadi persentase yang paling rendah sebesar 40,31%. Mengenali emosi orang lain mampu menghargai keadaan emosi orang lain. Pada remaja dengan kecerdasan akademik tinggi, remaja cenderung menarik diri dari lingkungan, terkesan dingin dan sulit mengekspresikan kemarahan secara tepat sehingga menjadi tidak peka dengan kondisi lingkungan dan mengalami stress (Goleman, 2000).



Gambar 4.8 Diagram Dimensi Kecerdasan Emosional

2. Indikator Kecerdasan Emosional

Terdapat 10 indikator yang ada dalam kecerdasan emosional, dan persentase paling tinggi ditempati oleh kesadaran diri dengan 84,51%. Remaja mengenal dirinya sendiri, kemudian dapat menemukan potensi dirinya sendiri dan mengembangkan potensi itu untuk memperbaiki keadaan dirinya kearah yang lebih baik. Data yang diperoleh dengan hasil paling rendah memiliki persentase 66,62% adalah menangani perasaan diri, cara mengatasi suasana hati yang berubah, remaja bisa menjadi depresi jika tidak mampu menangani perasaan diri. Sebagian besar remaja mengalami ketidakstabilan emosi sebagai konsekuensi dari usaha penyesuaian diri pada pola perilaku dan harapan sosial yang baru terhadap diri remaja (Hurlock, 1999). Sesuai dengan Hurlock sehingga remaja menjadi sulit menangani perasaan diri.



Gambar 4.9 Diagram Indikator Kecerdasan Emosional

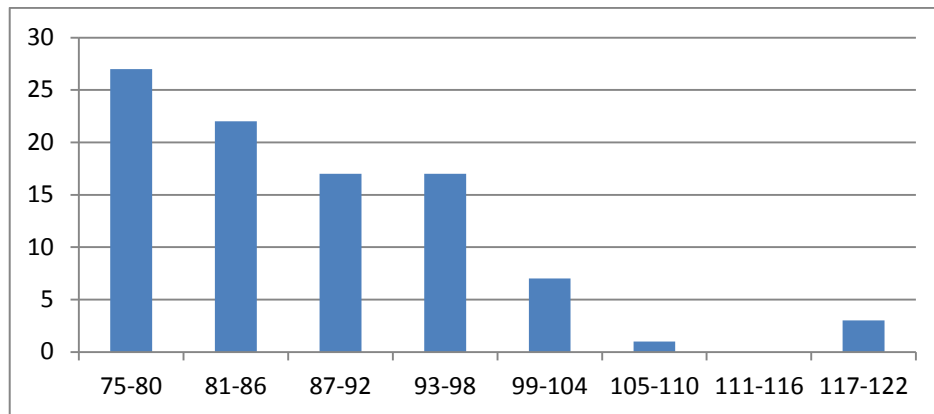
4.1.4.2 Perilaku Konsumtif

Data Perilaku Konsumtif diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian yang berupa skala *likert* yang diisi oleh 94 siswa di SMK N 6 Jakarta. Berdasarkan pengolahan data kuesioner model skala *likert* diperoleh skor terendah 75, skor tertinggi 119, dan skor rata-rata sebesar 87,75. Varains (S^2) variabel Perilaku Konsumtif sebesar 97,17 dan simpangan baku (S) sebesar 9,857.

No	Interval		Batas Bawah	Batas Atas	f Absolut	f Relatif	
1	75	-	80	74,5	80,5	27	28,72%
2	81	-	86	80,5	86,5	22	23,40%
3	87	-	92	86,5	92,5	17	18,09%
4	93	-	98	92,5	98,5	17	18,09%
5	99	-	104	98,5	104,5	7	7,45%
6	105	-	110	104,5	110,5	1	1,06%
7	111	-	116	110,5	116,5	-	
8	117	-	122	116,5	117,5	3	3,19%
Total						94	100%

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi dari data Perilaku Konsumtif di atas menunjukkan bahwa rentang skor sebanyak 44, banyaknya interval kelas adalah 8, dan panjang kelas adalah 6. Frekuensi kelas tertinggi variabel Perilaku Konsumtif yaitu 27 terletak pada interval kelas ke 1 yaitu 75 sampai 80 dengan presentase frekuensi sebesar 28,72% dan frekuensi terendah adalah 0 yaitu terletak pada interval ke 7 pada 111 sampai 116 dengan presentase frekuensi sebesar 0%. Secara lebih jelas dapat dilihat pada gambar 4.7 sebagai berikut:



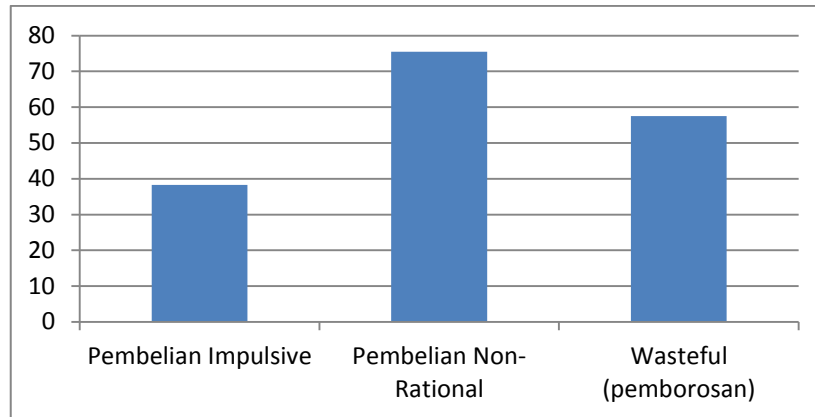
Gambar 4.10 Diagram Histogram Variabel Perilaku Konsumtif

Berdasarkan penghitungan diperoleh hasil rata-rata hitung skor pada masing-masing dimensi dan indikator dari variabel Perilaku Konsumtif yang menyatakan persentase keberhubungan dimensi serta indikator tersebut. Adapun hasil penelitian dari dimensi dan indikator adalah sebagai berikut:

1. Dimensi Perilaku Konsumtif

Berdasarkan hasil data yang diperoleh penelitian Perilaku Konsumtif yang berasal dari pengisian kuesioner dari 94 responden siswa SMK N 6 Jakarta persentase paling tinggi ditempati oleh pembelian *non-rational* 75,49%. Remaja melakukan kegiatan pembelian yang tidak menggunakan akal pikiran rasional. Emosi remaja seringkali sangat kuat, tidak terkendali dan tampaknya irasional, tetapi pada umumnya dari tahun ke tahun terjadi perbaikan perilaku emosionalnya (Hurlock, 1999).

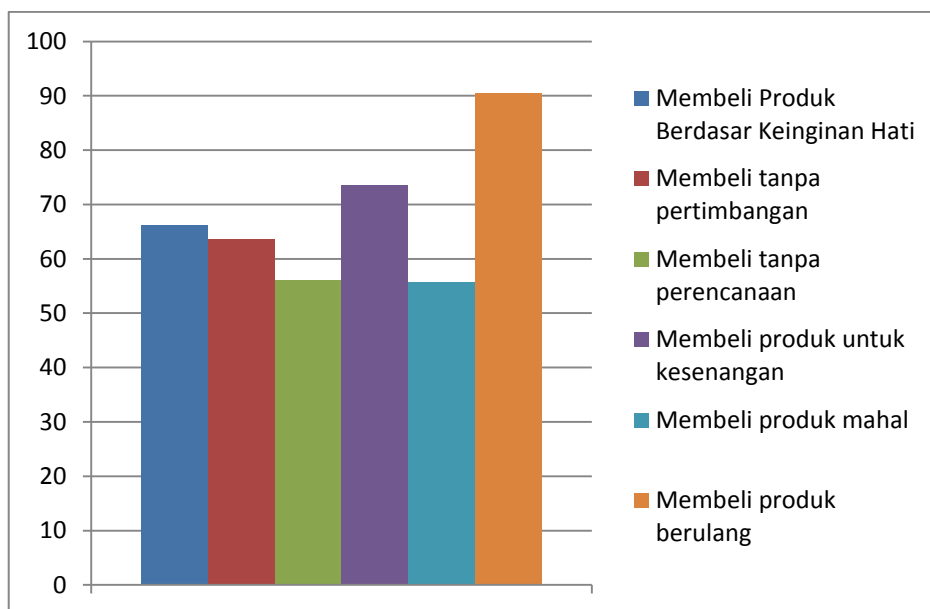
Hasil dari pengisian kuesioner didapatkan persentase sedang sebesar 57,49% ditempati oleh *wasteful* (pemborosan). Remaja berperilaku pemborosan dalam melakukan kegiatan berbelanja. Pembelian *impulsive* menjadi persentase yang paling rendah sebesar 38,31%. Remaja yang berperilaku *impulsive* yaitu membeli barang karena hasrat yang tiba-tiba tanpa pertimbangan dan perencanaan.



Gambar 4.11 Diagram Dimensi Perilaku Konsumtif

2. Indikator Perilaku Konsumtif

Terdapat 6 indikator yang ada dalam perilaku konsumtif, dan persentase paling tinggi ditempati oleh membeli produk berulang dengan 90,45%. Remaja membeli barang beberapa kali untuk kategori barang yang sama. Data yang diperoleh dengan hasil paling rendah memiliki persentase 55,61% adalah membeli produk mahal, yaitu membeli barang dengan harga yang mahal diluar dari jangkauan kemampuan.



Gambar 4.12 Diagram Indikator Perilaku Konsumtif

4.1.5 Pengujian Persyaratan Analisis

4.1.5.1 Uji Normalitas

Perhitungan normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel Y atas X berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan taraf signifikansi 0,05, untuk sampel sebanyak 94 siswa di SMK Negeri 6 Jakarta dengan kriteria pengujian berdistribusi $L_{hitung} (L_o) < L_{tabel} (L_t)$ maka data berdistribusi normal dan jika $L_{hitung} (L_o) > L_{tabel} (L_t)$ maka data tidak berdistribusi normal.

Hasil pengujian Uji Liliefors menyimpulkan bahwa data variabel kecerdasan emosional dan perilaku konsumtif berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan $L_o = 0,0135$ sedangkan $L_t = 0,09138$ berarti $L_o < L_t$ untuk data variable kecerdasan emosional dan $L_o = 0,0008$ sedangkan $L_t = 0,09138$ yang berarti $L_o < L_t$ untuk data variabel perilaku konsumtif. Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

Variabel	L_o	$L_{tabel} (0,05)$	Kesimpulan	Keputusan
Kecerdasan Emosional	0,0135	0,09138	$L_o < L_t$	Normal
Perilaku Konsumtif Remaja	0,0008	0,09138	$L_o < L_t$	Normal

4.1.5.2 Uji Linearitas

Setelah melakukan uji normalitas dengan Liliefors. Selanjutnya melakukan uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan

sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah:

Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ artinya data berpola linier dan

Jika $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ artinya data berpola tidak linier

Tabel 4.4 Hasil Uji Linearitas

F Tabel	3,94454
F Hitung	0,58923
F hitung < F tabel	

Dari tabel di atas diperoleh $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, F_{hitung} sebesar 0,589 dan F_{tabel} , sebesar 3,944. Dengan demikian $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka data berpola linear. Berarti terdapat hubungan positif antara variabel X (Kecerdasan Emosional) dan variabel Y (Perilaku Konsumtif).

4.1.6 Pengujian Hipotesis

4.1.6.1 Uji Korelasi

Pada penelitian ini untuk menghitung koefisien korelasi menggunakan perhitungan *product moment* untuk mengetahui seberapa besar dan kuat hubungan variabel X terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut menggunakan *product moment* diperoleh hasil korelasi antara Kecerdasan Emosional dengan Perilaku Konsumtif Remaja adalah 0,277 yang berarti memiliki korelasi yang rendah. Hasil pengujian korelasi dengan menggunakan software Excel yaitu:

$$r = \frac{n(\sum Xy) - \sum x \sum y}{\sqrt{[n(\sum X^2 - (\sum x)^2)][n(\sum y^2 - (\sum y)^2)]}}$$

$$= 0,277$$

Karena nilai korelasi sebesar 0,2 berada di atas 0,200 – 0,399 artinya korelasi bernilai positif rendah. Sehingga disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif remaja pada siswa SMK Negeri 6 Jakarta.

4.1.6.2 Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ditujukan untuk mengetahui seberapa besarnya variabel Y (perilaku konsumtif) ditentukan oleh variabel X (kecerdasan emosional), yaitu $r_{xy}^2 = (0,277)^2 = 0,07673$. Sehingga dapat dikatakan bahwa 7,70% variabel perilaku konsumtif ditentukan oleh kecerdasan emosional, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

4.1.6.3 Uji Signifikansi Koefisien Korelasi

Uji keberartian (signifikansi) koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif signifikan atau tidak, maka selanjutnya dilakukan uji keberartian korelasi dengan menggunakan Uji-t pada taraf signifikan $\alpha = 0,05$ dengan $dk=n-2$. Kriteria pengujiannya adalah H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka korelasi yang terjadi signifikan.

Tabel 4.5 Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana

Korelasi Antara	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t_{hitung}	t_{tabel} $\alpha = 0,05$
X dan Y	0,277*	7,70%	2,775	1,985

Data hasil perhitungan menunjukkan t_{hitung} sebesar 2,775 dan t_{tabel} sebesar 1,985. Karena $t_{hitung} (2,775) > t_{tabel} (1,985)$, maka dapat disimpulkan antara kecerdasan emosional dan perilaku konsumtif terjadi korelasi yang signifikan.

4.2 Pembahasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diketahui nilai koefisien korelasi r_{xy} sebesar 0,277 dan t_{hitung} Kecerdasan Emosional dan Perilaku Konsumtif mempunyai hasil sebesar $2,775 > t_{tabel}$ sebesar 1,985 yang dapat diartikan bahwa Kecerdasan Emosional berhubungan positif signifikan dengan Perilaku Konsumtif. Hubungan yang positif signifikan dengan menggunakan taraf signifikansi 5% memiliki arti setiap kecerdasan emosional siswa semakin tinggi, maka perilaku konsumtif juga akan bertambah tinggi.

Persentase dimensi Kecerdasan Emosional yang tertinggi terdapat pada mengenali emosi diri sebesar 81,42% dan persentase terendah dimiliki oleh mengenali emosi orang lain sebesar 40,31%. Mengenali emosi diri adalah kemampuan remaja untuk mengidentifikasi apa yang sesungguhnya remaja rasakan, setiap kali remaja merasakan suatu emosi tertentu muncul dalam pikiran, remaja dapat menerima dengan baik pesan apa yang ingin disampaikan, seperti beberapa contoh pesan emosi yang kerap kali remaja rasakan: sakit hati, marah, frustrasi, kecewa, rasa bersalah, kesepian (Haryanto, 2009). Menurut Saarni remaja akan menjadi individu yang lebih menyadari siklus emosionalnya, seperti perasaan bersalah karena marah sedangkan kesadaran akan siklus emosionalnya dapat meningkatkan kemampuan mereka dalam mengatasi emosi-emosinya ke orang lain dan lebih memahami kemampuan mengkomunikasikan kualitas relasi mereka (Santrock, 2007).

Persentase terendah diperoleh oleh mengenali emosi orang lain sebesar 40,31%. Mengenali emosi orang lain berarti remaja memiliki empati terhadap apa yang dirasakan orang lain, kemampuan ini membuat remaja lebih efektif dalam berkomunikasi dengan orang lain, keterampilan ini merupakan dasar dalam berhubungan dengan orang lain secara efektif (Haryanto, 2009). Berdasarkan hasil penelitian tentang variabel kecerdasan emosional pada dimensi mengenali emosi orang lain memperoleh persentase terendah. Khusus pada orang yang murni hanya memiliki kecerdasan akademis tinggi, mereka cenderung memiliki rasa gelisah yang tidak beralasan, terlalu kritis, rewel, cenderung menarik diri, terkesan dingin dan cenderung sulit mengekspresikan kekesalan dan kemarahannya secara tepat, sehingga bila seseorang memiliki IQ tinggi namun taraf kecerdasan emosionalnya rendah akan cenderung terlihat sebagai orang yang keras kepala, sulit bergaul, mudah frustrasi, tidak mudah percaya kepada orang lain, tidak peka dengan kondisi lingkungan dan cenderung putus asa bila mengalami stress (Goleman, 2000).

Hasil dari perhitungan kuesioner untuk dimensi perilaku konsumtif didapatkan persentase tertinggi yang ditempati oleh pembelian *non-rational* 75,49%, untuk kategori sedang dimiliki oleh *wasteful* (pemborosan) sebesar 57,49% sedangkan untuk dimensi terendah ditempati oleh pembelian *impulsive* sebesar 38,31%. Pembelian *non-rational* salah satunya berhubungan dengan emosi yaitu perasaan seseorang yang subjektif. Sesuai dengan Swastha dan Handoko (1982), motif emosi adalah pembelian yang berkaitan dengan perasaan atau emosi seseorang dan bersifat subjektif seperti pengungkapan rasa cinta, dan kebanggaan. Persahabatan, martabat, hak dan simbol status dapat mempengaruhi putusan pembelian konsumen, sehingga emosional lebih diutamakan dari

pertimbangan rasional. Sejalan dengan yang diungkapkan Violitta dan Hartanti (1996), motivasi pembelian yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu, seperti pengungkapan rasa cinta, kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan, dan kepraktisan.

Wasteful (pemborosan) menjadi salah satu karakteristik perilaku konsumtif, yaitu keinginan individu untuk membeli barang yang kurang diperlukan, perasaan tidak puas individu untuk selalu memiliki barang yang belum dimiliki, sikap individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai dan manfaatnya (Swastha & Handoko, 2000). Untuk persentase terendah dimiliki oleh pembelian *impulsive* yaitu perilaku pembelian yang tidak direncanakan, pembelian ini terjadi ketika konsumen tiba-tiba mengalami keinginan yang kuat dan kukuh untuk membeli barang secepatnya (Engel, 2001).

4.3 Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian yang telah dilakukan jauh dari kata sempurna untuk mendekati kebenaran yang mutlak. Responden yang diteliti adalah siswa dengan tingkat konsumsi yang tinggi pada saat ini dan memiliki kemungkinan responden ini akan memiliki kesadaran diri untuk mengurangi perilaku konsumtifnya atau menjadi semakin konsumtif. Faktor selanjutnya adalah waktu, dana dan tenaga menjadi keterbatasan dalam penelitian ini. Penelitian ini dibatasi pada hubungan antara kecerdasan emosional dengan perilaku konsumtif remaja.