

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Subjek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada remaja putri. Memiliki kriteria sampel yang telah ditetapkan seperti, remaja putri yang berdomisili di wilayah Jakarta Timur dan memiliki usia kisaran 12 sampai dengan 21 tahun dan bersedia menjadi subjek penelitian. Berdasarkan perolehan data lapangan, maka diperoleh beberapa gambaran responden penelitian yang terbagi ke beberapa karakteristik berikut ini:

a. Gambaran Responden Berdasarkan Usia

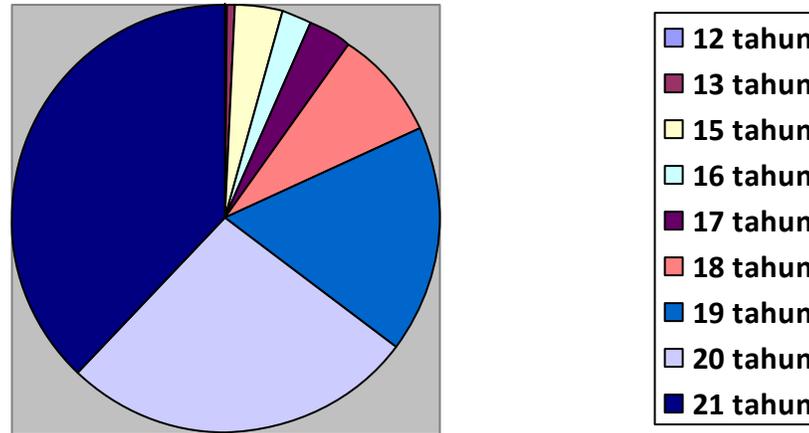
Tabel 4.1

Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Presentase
12	1	0,3%
13	2	0,6%
15	12	3,4%
16	8	2,3%
17	12	3,4%
18	29	8,3%
19	59	17,0%
20	93	26,7%
21	132	37,9%
Jumlah	348	100%

X

Gambar 4.1
Gambaran Responden Berdasarkan Usia



Pada tabel 4.1 jumlah subjek terendah pada usia 12 tahun sebanyak 1 orang dengan persentase sebesar 0,3%, dan subjek terbanyak adalah remaja berusia 21 tahun yang berjumlah 132 orang dengan persentase sebesar 37,9%.

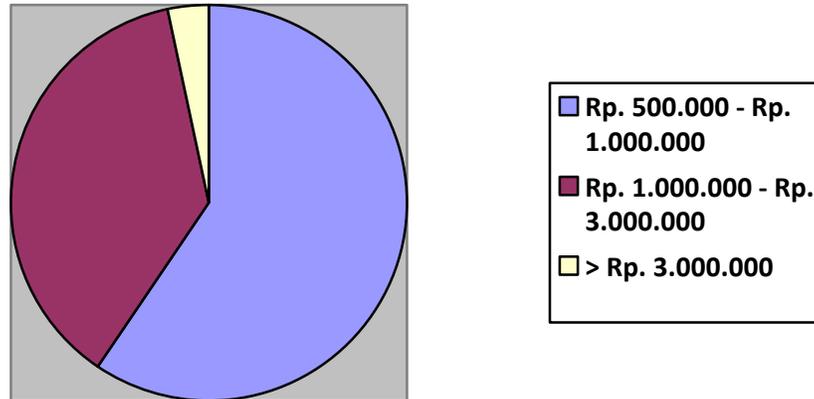
b. **Gambaran Responden Berdasarkan Uang Saku Per-bulan**

Berdasarkan uang saku dari sampel yang dikemukakan oleh subjek, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jumlah Responden Berdasarkan Uang Saku Per-bulan

Uang Saku Per-bulan	Jumlah	Presentase
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	207	59,5%
Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	129	37,1%
> Rp. 3.000.000	12	3,4%
Jumlah	348	100%

Gambar 4.2
Gambaran Responden berdasarkan Uang Saku Per-bulan



Hasil tabel 4.2 menggambarkan bahwa subjek yang memiliki uang saku tertinggi perbulan adalah Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 berjumlah 207 dengan persentase 59,5%, dan pada subjek yang memiliki uang saku terendah perbulan adalah > Rp. 3.000.000 berjumlah 12 dengan persentase 3,4%.

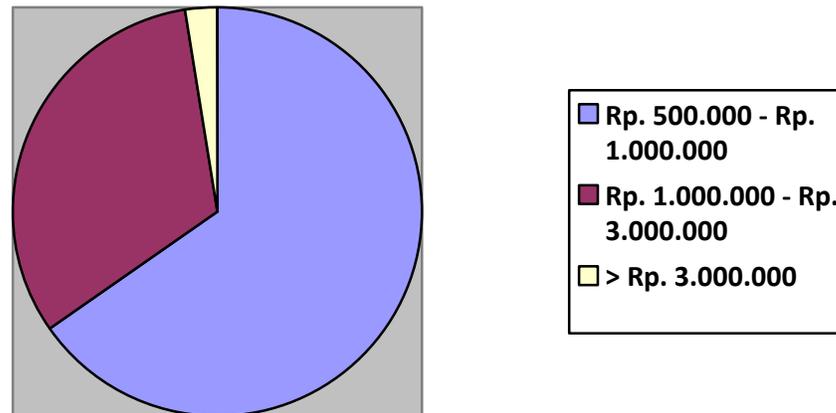
c. **Gambaran Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-bulan**

Berdasarkan pengeluaran per-bulan dari sampel yang dikemukakan oleh subjek, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.3
Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-bulan

Pengeluaran Per-bulan	Jumlah	Presentase
Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000	227	65,2%
Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000	112	32,2%
> Rp. 3.000.000	9	2,6%
Jumlah	348	100%

Gambar 4.3
Gambaran Responden berdasarkan Pengeluaran Per-bulan



Hasil tabel 4.3 menggambarkan bahwa subjek yang memiliki pengeluaran tertinggi perbulan adalah Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000 berjumlah 227 dengan persentase 65,2 dan subjek yang memiliki pengeluaran terendah perbulan adalah > Rp. 3.000.000 berjumlah 9 dengan persentase 2,6%.

4.2. Prosedur Penelitian

4.2.1. Persiapan Penelitian

1. Persiapan yang dilakukan penelitian ini diawali dengan ditemukannya beberapa fenomena.
2. Mencari data dan fakta di lapangan untuk mendukung fenomena yang terjadi saat ini, berupa : Jurnal, Berita, Preliminary yang dilakukan di wilayah Jakarta Timur, dan Wawancara pada remaja puteri di wilayah Jakarta Timur (subjek yang termasuk dalam preliminary).
3. Menentukan variabel psikologis yang akan diteliti.

4. Melakukan konsultasi pada dosen pembimbing mengenai variable psikologis yang akan diteliti. Serta memberikan hasil fenomena dan data pendukung mengenai variable tersebut.
5. Setelah mendapatkan persetujuan mengenai variabel yang akan digunakan, selanjutnya mulai mengumpulkan referensi yang akan digunakan dari berbagai sumber untuk mendukung penelitian.
6. Kemudian mencari skala yang cocok untuk digunakan pada penelitian ini. Selanjutnya mulai dilakukan korespondensi dengan pembuat skala perilaku konsumtif untuk meminta izin penggunaan skala tersebut. Setelah mendapatkan izin dilakukanlah proses adaptasi dan modifikasi mengenai skala perilaku konsumtif. Hal yang sama dilakukan pada skala yang kedua yang dimodifikasi dari Coopersmith, yaitu penemu skala *Self Esteem Inventory (SEI)* dengan cara diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia, kemudian dilakukan *back translate* oleh jasa penerjemah. Hasil dari *back translate* dapat digunakan sebagai pembandingan dari hasil *translation* untuk mengetahui apakah bahan yang digunakan sudah sesuai atau belum.
7. Melakukan proses *expert judgement* dengan 3 orang ahli psikologi serta ahli alat ukur.
8. Melakukan uji keterbacaan sampel kepada 4 (empat) orang subjek di wilayah Jakarta Timur.
9. Setelah selesai melalui semua proses tersebut, kemudian dilakukan uji instrumen pada remaja-remaja puteri yang berdomisili di wilayah Jakarta Timur. Proses uji coba dilakukan pada tanggal 12 sampai dengan 14 Mei 2015. Responden yang digunakan dalam uji coba instrument ini berjumlah 60 orang dengan usia antara 12 sampai dengan 21 tahun. Hasil dari uji coba kemudian dilakukan uji validitas dan reliabilitas instrument. Dari hasil uji validitas, didapatkan item-item valid yang dapat digunakan untuk perhitungan selanjutnya.

4.2.2. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan pengambilan data dilaksanakan selama kurun waktu 7 hari, yaitu pada tanggal 16 sampai dengan tanggal 22 Mei 2014. Responden yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian berjumlah 348 orang. Penelitian ini dilakukan menjadi 2 cara, yaitu secara *modern* yaitu dengan menggunakan *google docs* sebanyak 153 responden dan terjun kelapangan secara langsung sebanyak 195 responden, yang dilakukan diberbagai lokasi di wilayah Jakarta Timur, seperti pada lingkungan dekat instansi (seperti kampus dan sekolah), atau tempat makan. Item-item yang digunakan pada penelitian ini merupakan item yang sudah valid, yaitu berjumlah 33 pada skala *Self Esteem Inventory (SEI)* dan 37 pada skala Perilaku Konsumtif.

4.3. Hasil Analisis Data Penelitian

4.3.1. Data Deskriptif Harga Diri

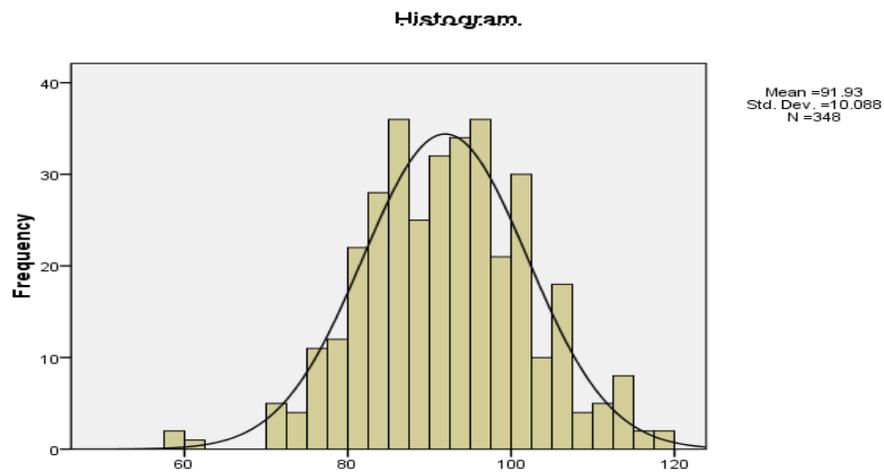
Data variabel Harga diri diperoleh melalui pengisian instrumen dengan menggunakan skala *Self Esteem Inventory (SEI)* sejumlah 33 butir pernyataan yang diisi oleh 348 responden. Skala ini dibuat berdasarkan komponen-komponen harga diri yang terdiri dari harga diri umum, harga diri akademis, harga diri sosial, dan harga diri keluarga. Berdasarkan persebaran data yang dilakukan, maka hasil yang diperoleh untuk Mean 91,39, Median 92 , Standar Deviasi 10.088, dan Varians 101.767, Nilai Minimum 58, dan Nilai Maksimum 118. Seperti yang dipaparkan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.4
Sebaran Data Variabel Harga Diri

Skala Harga Diri	
Mean	91,39
Median	92
Standar Deviasi	10.088
Varians	101.767
Nilai Minimum	58
Nilai Maksimum	118

Sedangkan pada bentuk kurva variabel Harga Diri akan terlihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.4
Histogram Variabel Harga Diri



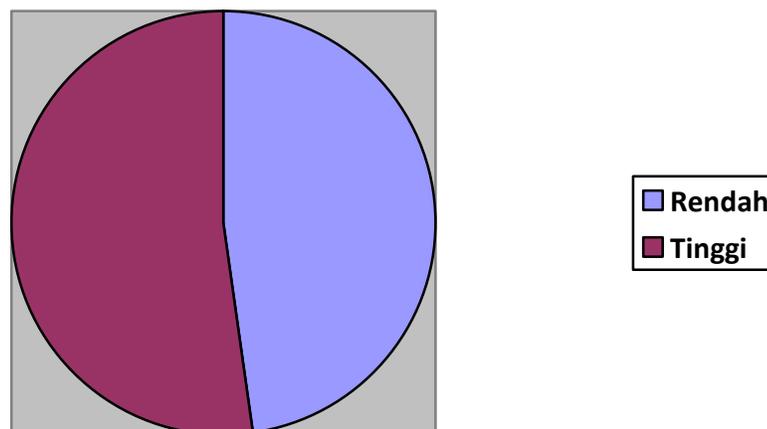
4.3.1.1. Kategorisasi Skor Harga Diri

Table 4.5
Kategorisasi Skor Harga Diri

Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase
Rendah	$X < 92$	166	47,7%
Tinggi	$X \geq 92$	182	52,3%
Total		348	100%

Berdasarkan tabel 4.5 dapat terlihat bahwa remaja lebih cenderung memiliki harga diri yang tinggi sebesar 182 anak dibandingkan yang rendah terdapat 166 anak di wilayah Jakarta Timur.

Gambar 4.5
Kategorisasi skor harga diri



4.3.2. Data Deskriptif Variabel Perilaku Konsumtif

Data variabel perilaku konsumtif diperoleh melalui pengisian instrumen dengan menggunakan skala perilaku konsumtif yang telah diadaptasi dan modifikasi sejumlah 37 butir pernyataan yang diisi oleh 348 responden.

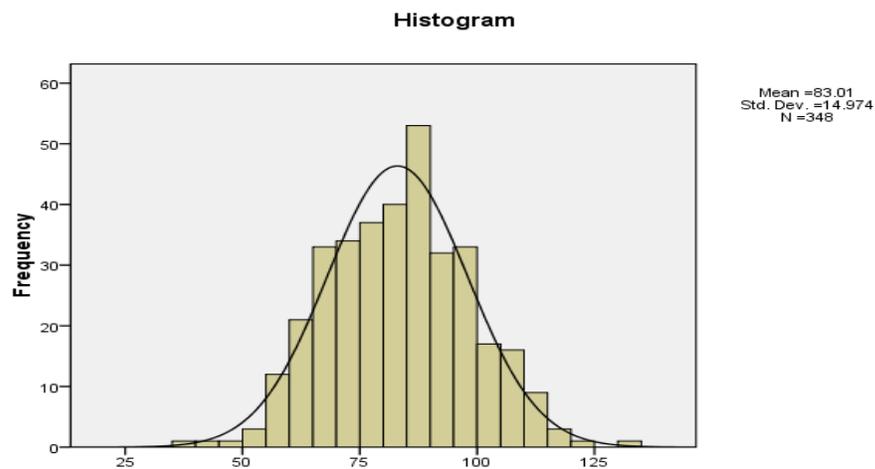
Berdasarkan persebaran data yang dilakukan, maka hasil yang diperoleh untuk Mean 83,01, Median 83,33, Standar Deviasi 14,974, dan Varians 224,219, Nilai Minimum 39, dan Nilai Maksimum 131, Seperti yang dipaparkan pada table berikut ini :

Tabel 4.6
Sebaran Data Variabel Perilaku Konsumtif

Skala Perilaku Konsumtif	
Mean	83,01
Median	83,33
Standar Deviasi	14,974
Varians	224,219
Nilai Minimum	39
Nilai Maksimum	131

Sedangkan pada bentuk kurva variabel perilaku konsumtif akan terlihat pada gambar berikut ini :

Gambar 4.6
Histogram Variabel Perilaku Konsumtif



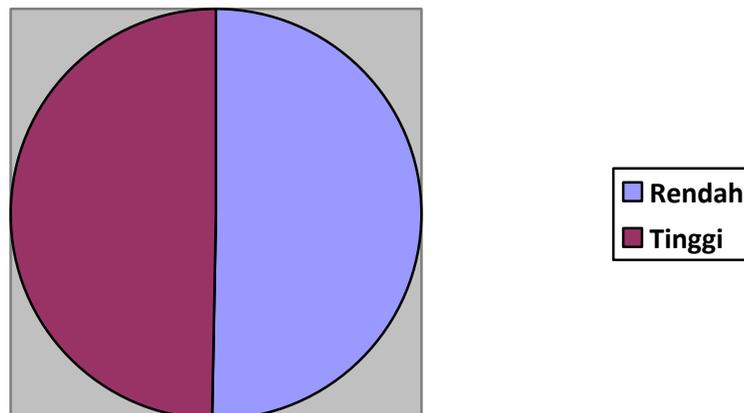
4.3.2.1. Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif

Table 4.7
Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif

Keterangan	Skor	Frekuensi	Presentase
Rendah	$X < 83$	175	50,3%
Tinggi	$X \geq 83$	173	49,7%
Total		348	100%

Berdasarkan table 4.7 dapat terlihat bahwa remaja lebih cenderung memiliki perilaku konsumtif yang rendah sebesar 175 anak dibandingkan yang tinggi terdapat 173 anak di wilayah Jakarta Timur.

Gambar 4.7
Kategorisasi skor perilaku konsumtif



4.3.3. Pengujian Persyaratan Analisis

4.3.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah variabel harga diri dan variabel perilaku konsumtif berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan Kolmogorof smirnov dalam program SPSS versi 16.0. Normalitas persebaran data terpenuhi apabila nilai sig (p-value) lebih besar dari taraf signifikansi ($\alpha=0,05$). Penelitian ini menggunakan 348 responden dan hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada data harga diri dan perilaku konsumtif sebesar 0,200 ($p > 0,05$). Artinya sebaran data pada variabel harga diri dan perilaku konsumtif berdistribusi normal dan hasil yang ditunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

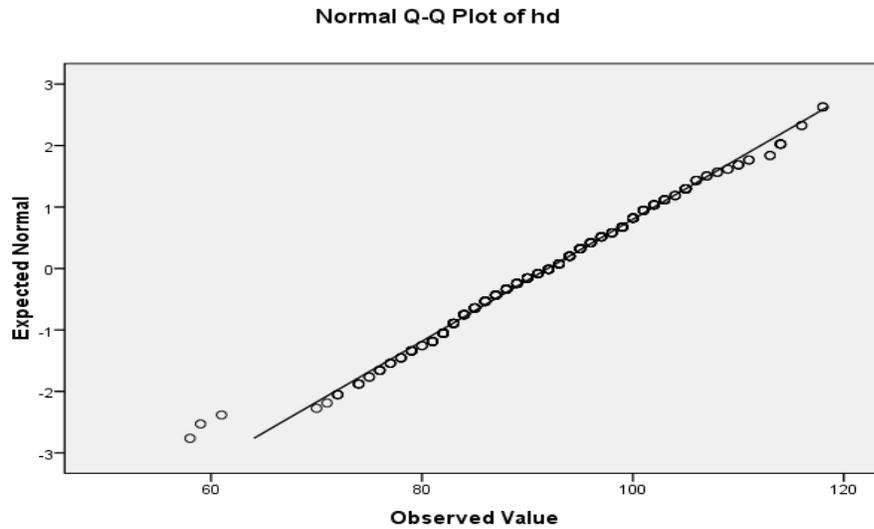
Dalam hasil pengujian normalitas harga diri dan perilaku konsumtif dapat dilihat pada table 4.8 berikut ini :

Table 4.8

Uji Normalitas Variabel

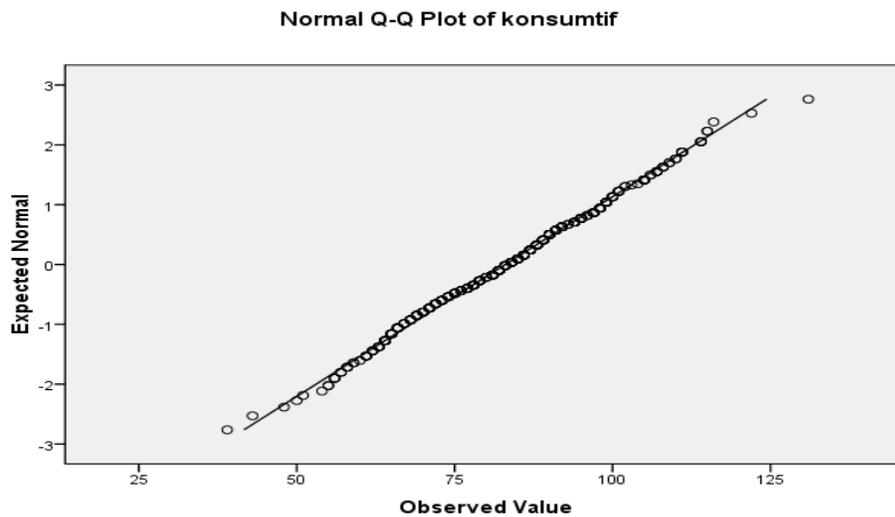
Variabel	Sig (p-value) Kolmogorov- Smirnov	Kesimpulan
Harga Diri	0, 200	Berdistribusi normal
Perilaku Konsumtif	0, 200	Berdistribusi normal

Gambar 4.8
Hasil Uji Normalitas Variabel Harga Diri



Pada grafik 4.6 menunjukkan pola grafik normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya yang mengikuti garis diagonal

Gambar 4.9
Hasil Uji Normalitas Variabel Perilaku Konsumtif



Pada grafik 4.7 menunjukkan pola grafik normal, hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya yang mengikuti garis diagonal.

4.3.3.2 Uji Linieritas

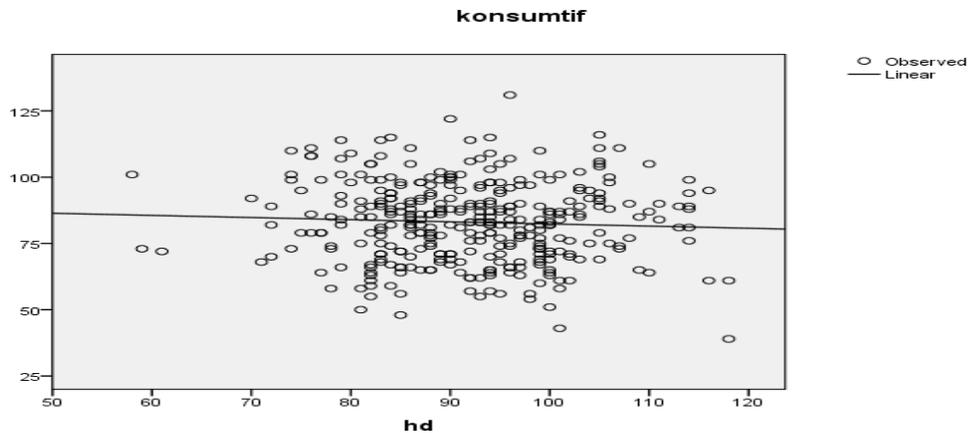
Uji linieritas dilakukan untuk menguji apakah hubungan antara variabel harga diri dan perilaku konsumtif tergolong linier atau tidak. Asumsi linieritas terutama harus terpenuhi jika analisis data untuk pengujian hipotesis menggunakan teknik analisis regresi linier (Rangkuti, 2012). Kemudian dapat dikatakan memiliki hubungan yang linier antara kedua variabel apabila nilai p lebih kecil daripada nilai $\alpha=0,05$. Dalam hasil pengujian linieritas pada variabel harga diri dan perilaku konsumtif dapat dilihat pada table 4.9 berikut ini :

Table 4.9
Uji Linieritas Variabel

Variabel	Uji Linieritas		Interpretasi
	P	α	
Harga diri dengan perilaku konsumtif	0,39	0,05	Tidak Linier

Berdasarkan tabel 4.9, terlihat bahwa kedua variabel memiliki nilai p lebih besar daripada nilai $\alpha=0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga diri dan variabel perilaku konsumtif tidak memiliki hubungan yang linier. Pengujian linieritas menggunakan program SPSS versi 16.00. Pada linieritas kedua variabel tersebut juga dapat dilihat pada Grafik *Scatter Plot* yang tidak membentuk garis diagonal, yaitu tidak memotong sumbu X dan Y yang dapat dilihat pada gambar 4.3:

Gambar 4.10
Grafik Scatter Plot Linieritas



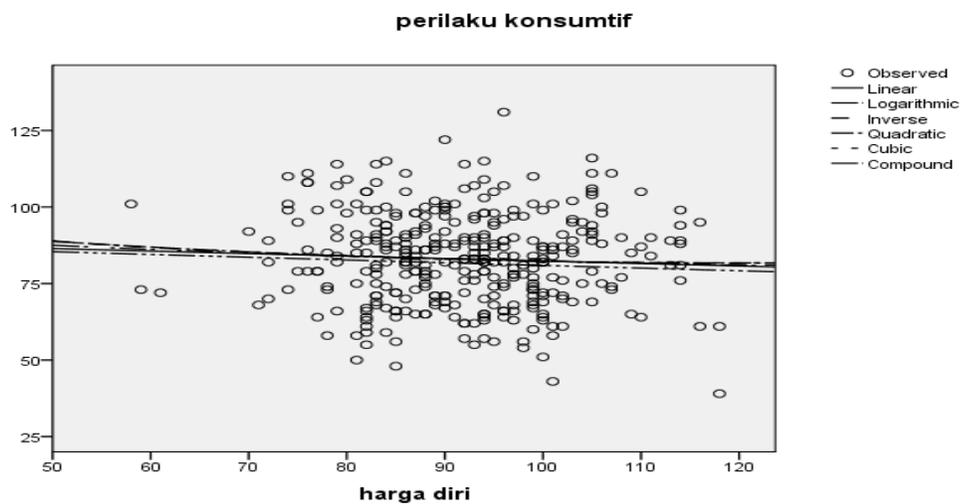
Setelah diketahui hasil uji linieritas tidak memiliki hubungan antara kedua variabel tersebut, kemudian uji linieritas dilakukan dengan cara kedua atau dilakukan uji alternatif pada linieritas. Seperti yang telah dikemukakan Widhiarsono (2011), banyak cara untuk mengatasi data yang tidak normal, salah satunya adalah dengan melakukan pemotongan (*cut-off*). Memotong data adalah salah satu cara untuk mengatasi masalah ketidaklinieran data. Pemotongan bisa dilakukan berdasarkan nilai rerata, hasil pengkategorian, atau berdasarkan grafik scatter (Widhiarsono, 2011). Dalam uji alternatif ini variabel independen (harga diri) dikategorikan menjadi 2 bagian, yaitu tinggi dan rendah. Hasil uji linieritas dengan menggunakan pemotongan (*cut-off*) menunjukkan bahwa variabel harga diri dengan kategori rendah dan variabel perilaku konsumtif tidak memiliki hubungan yang linier ($p=0,555$). Hal yang sama terjadi pada variabel harga diri dengan kategori tinggi dan variabel perilaku konsumtif tidak memiliki hubungan yang linier ($p=0,879$). Pada perhitungan pemotongan (*cut-off*) lengkapnya dapat dilihat pada lampiran 6. Sebelum dilakukan cut off, maka terlebih dilakukan pencarian model yang lebih menggambarkan sebaran data. Dari tabel 4.6 terlihat bahwa sebaran data lebih membentuk model Quadratic (R-Square 0.003 dan Sig 0.575)

karena terlihat angka yang dihasilkan lebih besar dibandingkan bila menggunakan model linear.

Tabel 4.10
Pembentukan Model Pemotongan (*Cut-Off*)

Equation	Model Summary					Parameter Estimates			
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1	b2	b3
Linier		1.03	1	346	.309	90.469	-.081		
Logarithmic	.003	7	1	346	.300	116.688	-7.459		
Quadratic	.003	1.07	1	346	.296	75.722	661.7	.001	
Inverse	.003	7	2	345	.575	102.511	76	.001	.00
Quadratic	.003	1.09	2	345	.575	102.511	-.347		0
Cubic	.003	4	1	346	.277	90.172	-.347		
Compound	.003	.554					.999		
		.554							
		1.18							
		7							

Gambar 4.11
Uji Linieritas Pemotongan (*Cut-Off*)



4.3.4. Pengujian Hipotesis Penelitian

Pada situasi aplikasi, asumsi-asumsi bagi distribusi sampling dibuat sebagai dasar legitimasi dalam sebuah pemilihan teknik komputasi tertentu guna untuk menguji suatu hipotesis. Asumsi bahwa sampel diambil secara random dan pada distribusi populasi penelitian ini adalah normal yang merupakan dua contoh asumsi formalitas dalam asumsi. Dalam penelitian ini, hipotesis yang dirumuskan adalah hipotesis alternatif (H_a), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh antara harga diri terhadap perilaku konsumtif remaja putri di Jakarta Timur.

Dalam melihat pengaruh antara kedua variabel tersebut dilakukan dengan cara perhitungan menggunakan program SPSS versi 16.00. Pengaruh harga diri dan perilaku konsumtif dianalisis dengan mengkorelasikan skor total antara harga diri dan perilaku konsumtif. Dari total 348 orang sampel, kemudian dianalisis data dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Dalam teknik korelasi ini dapat digunakan untuk mengetahui hubungan antara kedua variabel dalam hal besarnya korelasi dan arah korelasi positif atau negatif.

Tabel 4.11
Hasil Korelasi Product Moment

Variabel	Koefisien Korelasi	Nilai p	α	Interpretasi
Harga Diri – Perilaku Konsumtif	-0,55	0.309	0.05	Tidak terdapat hubungan positif yang signifikan (tidak berkorelasi)

Berdasarkan hasil uji korelasi, maka dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.309. Terlihat bahwa nilai $p > \alpha$. Berdasarkan hasil data tersebut, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang positif antara harga diri dan perilaku konsumtif.

Pengaruh harga diri pada remaja terhadap perilaku konsumtif dapat dilihat dengan menggunakan teknik analisis regresi. Dengan dilakukan analisis regresi dapat tercapai tujuan-tujuan penelitian yang belum dapat diperoleh jika hanya dengan uji korelasi saja.

Tabel 4.12
Anova Regresi

ANOVA					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	232.394	1	232.394	1.037	.309 ^a
1 Residual	77571.560	.346	224.195		
Total	77803.954	347			

a. Predictors: (Constant), hd

b. Dependent Variable: konsumtif

Berdasarkan tabel 4.11, maka diperoleh nilai F regresi (F hitung) sebesar 1.037 dengan nilai $p = 0.309$ dan nilai p tersebut lebih besar daripada nilai $\alpha=0.05$, jadi dari hasil yang diperoleh bahwa H_0 gagal ditolak artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga diri terhadap perilaku konsumtif remaja puteri di Jakarta Timur.

Setelah diketahui model sebaran data yang sesuai, selanjutnya dilakukan analisa berdasarkan data yang telah dipotong dua tersebut. Implikasinya adalah akan terdapat dua persamaan regresi dan dua simpulan berdasarkan kelompok data yang sudah dipotong tersebut. Berikut akan dipaparkan hasil penghitungan dari cut off tersebut, yaitu: Pada sebaran data dengan harga diri rendah terhadap perilaku konsumtif didapatkan hasil

bahwa harga diri memberikan sumbangan 0.2% terhadap perilaku konsumtif, dengan demikian tidak terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif ($F_{hitung} 0.350 < F_{tabel} 3.89$). Kemudian perilaku konsumtif dapat diprediksi dengan persamaan berikut $Y = 92.954$. Pada sebaran data dengan harga diri tinggi terhadap perilaku konsumtif didapatkan hasil bahwa harga diri memberikan sumbangan 0% terhadap perilaku konsumtif, dengan demikian tidak terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif ($F_{hitung} 0.023 < F_{tabel} 3.89$). dan perilaku konsumtif dapat diprediksi dengan persamaan berikut $Y = 79.265$. Secara lebih lengkapnya dapat dilihat pada lampiran secara lengkap dapat dilihat dalam lampiran 6.

Oleh karena itu dapat disimpulkan, bahwa dengan kedua cara yang telah dilakukan baik secara umum ataupun alternatif (*cut-off*) memiliki hasil yang sama, yaitu tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga diri terhadap perilaku konsumtif remaja puteri di Jakarta Timur.

4.4. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik, dengan menggunakan analisis regresi diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.309. Sehingga penelitian ini memperoleh hasil bahwa tidak terdapat pengaruh harga diri terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, penelitian tersebut tidak membuktikan hipotesis awal yang telah dibangun oleh peneliti bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga diri terhadap perilaku konsumtif remaja puteri di Jakarta Timur.

Pada penelitian ini harga diri remaja tidak mempengaruhi perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif di sini dapat dipengaruhi dengan faktor lain di luar harga diri, baik faktor internal maupun eksternal. Seperti yang telah dikemukakan oleh Sumartono (2002), munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua faktor yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Pada faktor internal dapat dikarenakan adanya motivasi atau pendorong untuk dapat bergaya atau mengikuti *trend* yang ada yang kemudian dapat

berpengaruh pada pembelian barang jasa. Faktor selanjutnya adalah observasi proses belajar. Dimana dengan adanya observasi, para remaja dapat dengan mudah meniru lingkungan sekitar. Kemudian faktor internal yang terakhir adalah faktor kepribadian dan konsep diri. Setiap remaja memiliki konsep diri berbeda satu dengan yang lain, dalam konsep diri ini terlihat bagaimana seseorang untuk beradaptasi dengan lingkungannya. Pada konsep diri ini dapat mempengaruhi untuk bertindak dalam memilih barang untuk membeli sesuatu yang diinginkan. Pada faktor eksternal yaitu adanya faktor budaya. Setiap orang memiliki kebudayaan yang berbeda-beda dan budaya tersebut mengandung persepsi bagaimana memandang sesuatu dan juga melibatkan keluarga. Setiap remaja dapat berperilaku konsumtif dikarenakan kebiasaan-kebiasaan yang dilakukan keluarganya. Kemudian terdapat faktor kelas sosial dan kelompok sosial. Faktor ini sangat dominan berpengaruh dalam diri remaja. Adanya penyesuaian dengan teman-teman sebaya, adanya tekanan yang mengharuskan mereka membeli barang jasa dan mencoba memperlihatkan gaya hidup pada teman sebaya yang menjadi faktor yang membuat remaja berperilaku konsumtif.

Jadi, pada diri remaja harga diri bukan satu-satunya faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Akan tetapi bisa saja dipengaruhi faktor internal dan eksternal. Fenomena seperti ini sudah tak lazim lagi, apalagi sudah masuk pada era globalisasi, yang dapat membuat para remaja bisa berperilaku konsumtif yang didasari pada faktor eksternal bukan internal. Seperti yang dijelaskan pada penelitian elfina (2010) yang membahas mengenai gaya hidup *brand minded* pada remaja puteri. Dalam penelitiannya mengenai hubungan antara gaya hidup *brand minded* dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja puteri. Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa ada hubungan yang signifikan antara gaya hidup *brand minded* dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja puteri.

Kemudian seperti yang dikemukakan Hurlock (1980), bahwa penyesuaian diri dengan standar kelompok adalah jauh lebih penting bagi remaja. Seperti telah ditunjukkan, dalam hal pakaian, berbicara dan perilaku seseorang yang lebih besar ingin lebih cepat seperti teman-teman gengnya. Perilaku tersebut dapat berpengaruh pada sikap konformitas pada diri remaja. Konformitas yang terjadi pada remaja juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Seperti yang disimpulkan (Hotpascaman.S, 2010). Dalam penelitiannya mengenai hubungan antara perilaku konsumtif dengan konformitas pada remaja. Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan perilaku konsumtif dengan pengaruh normatif dan hubungan perilaku konsumtif dengan pengaruh informasional pada remaja putri.

Hurlock (1980) juga menyatakan bahwa selama awal masa remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga berlangsung pesat. Kalau perubahan fisik menurun maka perubahan sikap dan perilaku menurun juga. Jadi, faktor lain yang memungkinkan mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu *body image* dengan kepercayaan diri. Seperti yang disimpulkan Sufrihana Rombe (2014). Dalam penelitiannya mengenai hubungan *body image* dengan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda. Dari penelitian tersebut diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan yang positif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda.

Selain adanya faktor-faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif, kemungkinan terdapat faktor lain yang juga berpengaruh terhadap harga diri, seperti citra merek yang disimpulkan oleh Geo Doddy (2009) dalam penelitiannya mengenai hubungan citra merek terhadap harga diri pada remaja. Dari penelitian tersebut diperoleh hasil ada hubungan positif citra merek dengan harga diri pada remaja. Kemudian faktor lain yang mendukung harga diri adalah asertivitas pada remaja. Seperti yang

disimpulkan oleh Eric W Yasdiananda, dalam penelitiannya mengenai hubungan antara *self esteem* dengan asertivitas pada siswa kelas X SMAN 5 Merangin. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil menunjukkan hubungan positif yang signifikan antara harga diri dan ketegasan, jadi semakin tinggi harga diri pada siswa, semakin tinggi ketegasan, sebaliknya semakin rendah harga diri, ketegasan rendah pada siswa. Akan tetapi hasil penelitian ini sejalan dengan yang dikemukakan oleh Andi dan Mira, yang berjudul hubungan antara konsep diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonisme pada remaja. Memperoleh hasil yang sejalan, bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara konsep diri dengan kecenderungan gaya hidup hedonis.

Hal tersebut dapat terlihat pada uji linieritas. Asumsi linieritas menyatakan bahwa hubungan antar variabel yang hendak dianalisis itu mengikuti garis lurus. Jadi peningkatan atau penurunan kuantitas di satu variabel, akan diikuti secara linear oleh peningkatan atau penurunan kuantitas di variabel lainnya. Jika ternyata pola hubungannya tidak linear, maka teknik korelasi produk moment akan cenderung melakukan underestimasi kekuatan hubungan antara dua variabel. Jadi sangat mungkin sebenarnya kedua variabel memiliki hubungan yang kuat tetapi diestimasi oleh produk momen sebagai tidak ada hubungan atau memiliki hubungan yang lemah, hanya karena pola hubungannya tidak linear (Santoso, 2008). Untuk memastikan linieritas kedua variabel ini maka dilakukan uji alternatif pada linieritas. Seperti yang telah dikemukakan Widhiarsono (2011), banyak cara untuk mengatasi data yang tidak normal, salah satunya adalah dengan melakukan pemotongan (cut-off). Memotong data adalah salah satu cara untuk mengatasi masalah ketidaklinieran data. Anda bisa melakukan pemotongan berdasarkan nilai rerata, hasil pengkategorian, atau berdasarkan grafik scatter (Widhiarsono, 2011). Hasil yang telah diperoleh dari kedua cara yang telah dilakukan bahwa, uji linear yang telah dilakukan

memperoleh hasil yang cenderung tidak terdapat pengaruh antara harga diri terhadap perilaku konsumtif.

Jadi secara keseluruhan, hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa harga diri bukan menjadi faktor utama yang menentukan perilaku konsumtif pada remaja, Karena pada perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor. Keterlibatan faktor-faktor lain dapat yang menjadikan perilaku konsumtif terjadi tidak hanya karena pengaruh dari harga diri.

4.5. Keterbatasan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang dimiliki peneliti, yaitu antara lain :

- a. Responden yang diperoleh tidak proposional, lebih banyak pada remaja akhir yang secara psikologis sudah tidak labil atau bisa dianggap dewasa.
- b. Instrumen diberikan pada saat responden melakukan kegiatan yang memungkinkan terjadinya bias.