

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan diuraikan mengenai keseluruhan hasil penelitian sesuai dengan data yang diperoleh. Pembahasan diawali dengan memberikan gambaran umum responden penelitian yang akan dilanjutkan dengan analisis dan pembahasan hasil penelitian.

#### **1.1 Gambaran Responden Penelitian**

##### **4.1.1 Gambaran Responden Berdasarkan Usia**

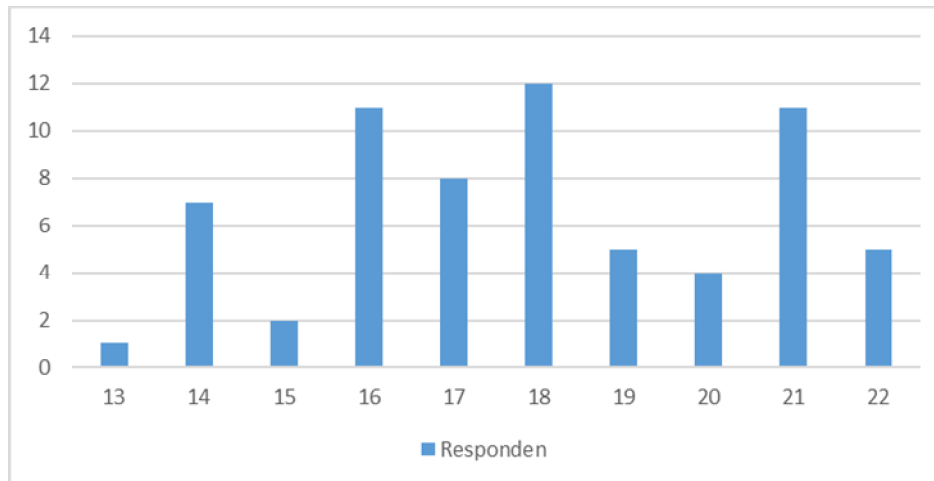
Penelitian ini menggunakan responden berjenis kelamin perempuan dan berasal dari rentang usia remaja, 12 – 23 tahun. Berikut ini adalah sebaran responden.

Tabel 4.1  
Distribusi Usia Responden

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
13 tahun	1 orang	1,4%
14 tahun	7 orang	9,6%
15 tahun	2 orang	2,7%
16 tahun	11 orang	15,1%
17 tahun	8 orang	11%
18 tahun	12 orang	16,4%
19 tahun	2 orang	11%
20 tahun	4 orang	8,2%
21 tahun	11 orang	15,1%
22 tahun	5 orang	6,8%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

Grafik 4.1

Gambaran Responden berdasarkan usia



Berdasarkan data yang diperoleh, frekuensi tertinggi terdapat pada responden berusia 18 tahun dengan jumlah sebanyak 12 orang atau 15,1% sedangkan frekuensi terendah terdapat usia 13 tahun dengan jumlah hanya 1 orang atau 1,4%.

#### 4.1.2 Gambaran Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Dalam penelitian ini gambaran responden diambil berdasarkan latar belakang pendidikan akhir mereka. Berdasarkan data yang diperoleh tingkat pendidikan akhir responden bervariasi mulai dari tingkat Sekolah Dasar (SD) hingga SMA (Sekolah Menengah Atas).

Tabel 4.2

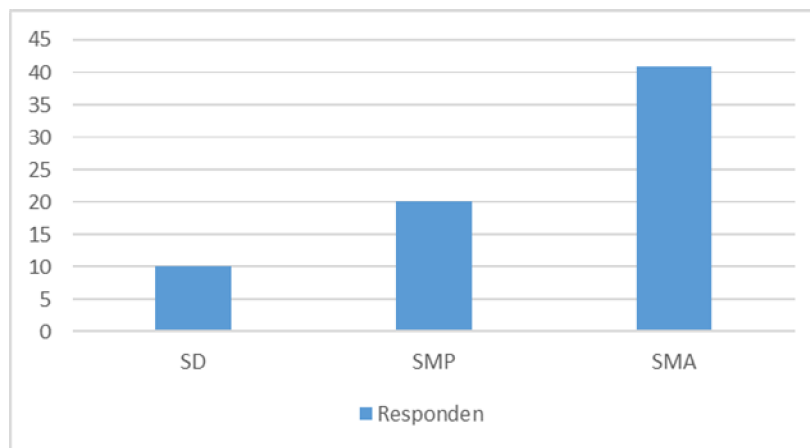
Distribusi Latar belakang Pendidikan Akhir

Latar belakang pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	10 orang	14,1%
SMP	20 orang	25,4%

SMA	41 orang	60,6%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

Grafik 4.2

Gambaran responden berdasarkan latar belakang pendidikan akhir



Dari hasil yang diperoleh frekuensi tertinggi terdapat pada pendidikan akhir “SMA” (Sekolah Menengah Atas) yaitu sebanyak 43 responden atau 60,6% sementara frekuensi terendah terdapat pada pendidikan terakhir “SD” (Sekolah Dasar) yaitu sebanyak 10 orang responden atau 14,1%.

#### 4.1.3 Gambaran Responden Berdasarkan Besarnya Uang Saku per Bulan

Dalam penelitian ini Besar uang saku per bulan dikategorikan menjadi 5 kategori yaitu: (1) Rp 100.000 - Rp 300.000, (2) Rp 300.001 - Rp 600.000, (3) Rp 600.001 - Rp 900.001, (4) Rp 900.000 - Rp 1.200.000, (5) Lebih dari Rp 1.200.000. Berikut ini adalah gambaran responden berdasarkan Besar uang saku perbulan.

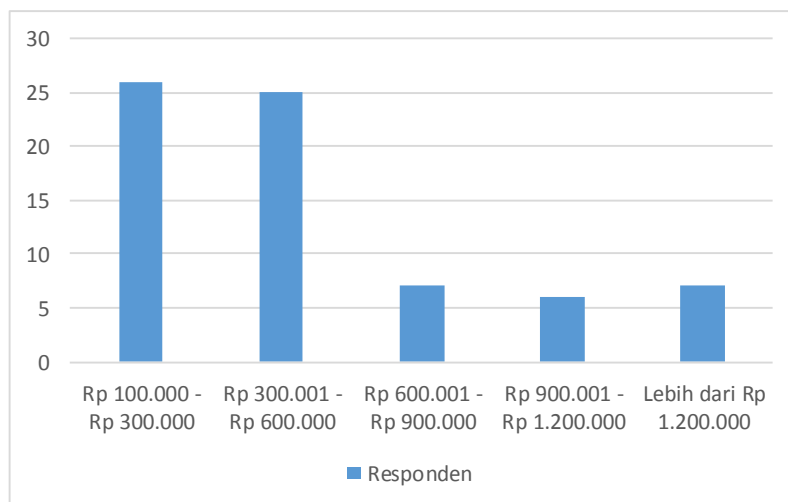
Tabel 4.3

Distribusi Besar Uang Saku Responden

Besar Uang saku	Jumlah	Persentase
Rp 100.000 - Rp 300.000	26 orang	36,6%
Rp 300.001 - Rp 600.000	25 orang	35,2%
Rp 600.001 - Rp 900.001	7 orang	9,9%
Rp 900.001 - Rp 1.200.000	6 orang	8,5%
Lebih dari Rp 1.200.000	7 orang	9,9%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

Grafik 4.3

Gambaran responden berdasarkan besar uang saku per bulan



Dari hasil yang diperoleh ditemukan frekuensi tertinggi terdapat pada Uang Saku per Bulan “Rp 100.000 - Rp 300.000” yaitu sebanyak 26 responden atau 36,6% sementara frekuensi terendah berada pada Uang Saku per Bulan “Rp 900.000 - Rp 1.200.000” yang diwakili responden sebanyak 6 orang atau 8,5%.

#### 4.1.4 Gambaran Responden berdasarkan Besar Pengeluaran Per Bulan

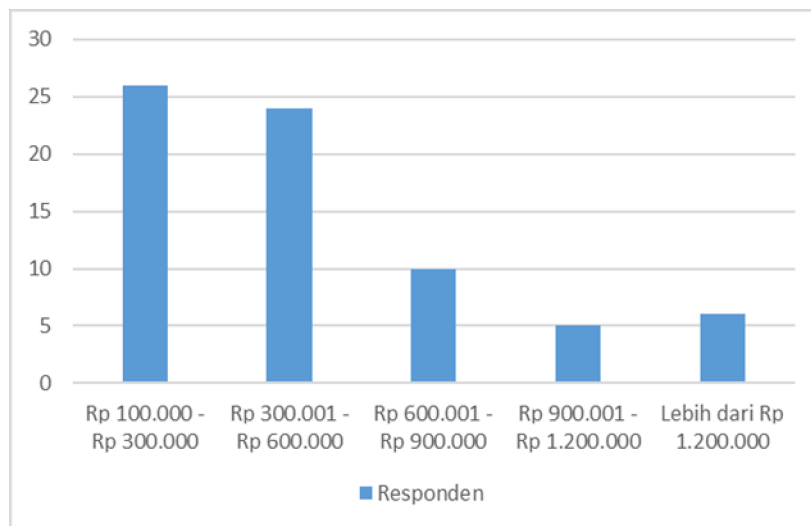
Dalam penelitian ini besar pengeluaran per bulan dikategorikan menjadi 5 kategori yaitu: (1) Rp 100.000 - Rp 300.000, (2) Rp 300.001 - Rp

600.000, (3) Rp 600.001 - Rp 900.001, (4) Rp 900.000 - Rp 1.200.000, (5) Lebih dari Rp 1.200.000. Berikut ini adalah gambaran responden berdasarkan pengeluaran mereka setiap bulan.

Tabel 4.4  
Distribusi Besar Pengeluaran Responden

<b>Pengeluaran</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Rp 100.000 - Rp 300.000	26 orang	35,6%
Rp 300.001 - Rp 600.000	24 orang	33,8%
Rp 600.001 - Rp 900.001	10 orang	14,1%
Rp 900.000 - Rp 1.200.000	5 orang	7%
Lebih dari Rp 1.200.000	6 orang	8,5%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

Grafik 4.4  
Gambaran responden berdasarkan pengeluaran per bulan



Dari hasil data yang diperoleh frekuensi terbanyak dalam Pengeluaran Per Bulan terdapat pada “Rp 100.000 – Rp 300.000” yang diwakili oleh 26 responden atau 36,6% sementara frekuensi terendah terdapat pada

pengeluaran sebesar “Rp 900.000 – Rp 1.200.000” yang diwakili oleh 5 responden atau 7%.

#### 4.1.5 Gambaran Responden berdasarkan Pekerjaan Ayah

Dalam penelitian data demografi pekerjaan Ayah dikategorikan menjadi 4 kategori yaitu: (1) Pegawai Negeri, (2) Pegawai Swasta, (3) Wiraswasta, (4) Lainnya. Berikut ini adalah gambaran responden berdasarkan pekerjaan ayah yang diperoleh.

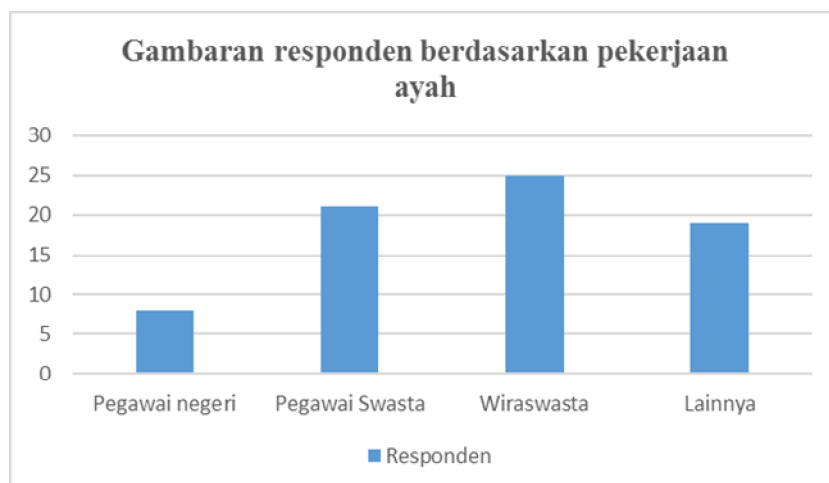
Tabel 4.5

Distribusi Pekerjaan Ayah Responden

<b>Pekerjaan Ayah</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Pegawai Negeri	8 orang	11,3%
Pegawai Swasta	20 orang	28,2%
Wiraswasta	24 orang	33,8%
Lainnya	19 orang	26,8%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

Grafik 4.5

Gambaran responden berdasarkan pekerjaan ayah



Dari hasil data yang diperoleh frekuensi tertinggi terdapat pada Pekerjaan Ayah “Wiraswasta yaitu sebanyak 24 responden atau 33,8% sementara frekuensi terendah terdapat pada pekerjaan Ayah “Pegawai Negeri” yaitu sebanyak 8 responden atau 11,3%.

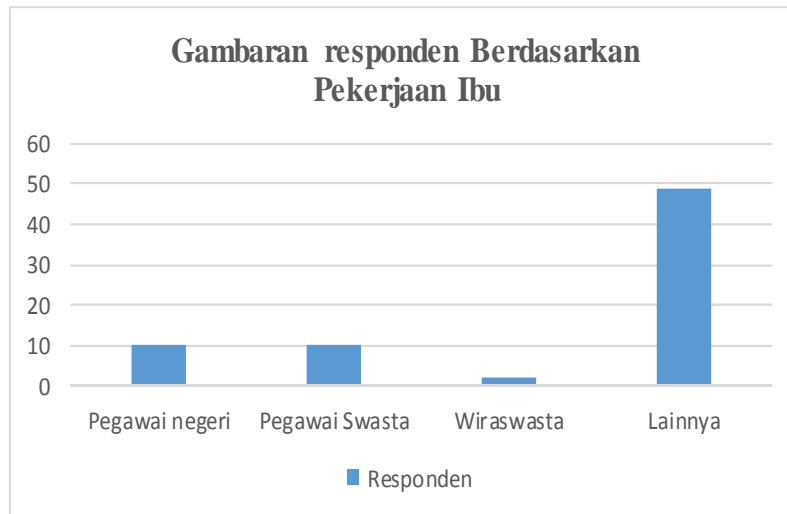
#### 4.1.6 Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan Ibu

Dalam penelitian data demografi pekerjaan Ibu dikategorikan menjadi 4 kategori yaitu: (1) Pegawai Negeri, (2) Pegawai Swasta, (3) Wiraswasta, (4) Lainnya. Berikut ini adalah gambaran responden berdasarkan pekerjaan Ibu yang diperoleh.

Tabel 4.6  
Distribusi Pekerjaan Ibu Responden

<b>Pekerjaan Ibu</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Pegawai Negeri	10 orang	14,1%
Pegawai Swasta	10 orang	14,1%
Wiraswasta	2 orang	2,8%
Lainnya	49 orang	69%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100%</b>

Grafik 4.6  
Gambaran responden berdasarkan Pekerjaan Ibu



Dari hasil data yang diperoleh frekuensi tertinggi terdapat pada Pekerjaan Ibu “Lainnya” yaitu sebanyak 49 responden atau 69% sementara frekuensi terendah yang didapatkan adalah pekerjaan Ibu “Wiraswasta” yaitu sebanyak 2 responden atau 2,8%.

#### 4.2 Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan dari 26-29 Juni 2015. Penyebaran instrumen dilakukan secara turun langsung kelapangan menemui responden serta melalui kuesioner *online* dengan menggunakan *Google Form*. Penjabaran proses pengumpulan data dapat dilihat berikut ini.

Tabel 4.7  
Pelaksanaan Penelitian

Tanggal	Tempat	Jumlah
26 Juni 2015	Taman Kota, Jakarta Barat	28 responden
29 Juni 2014	Blok M Square, Jakarta Selatan	



26 s/d 29 Juni 2015	Kuesioner Online	43 responden
<b>Total</b>		<b>71 responden</b>

Penentuan tempat penelitian berdasarkan jangkauan dan asumsi penulis dimana terdapat responden yang sesuai dengan kriteria yang penulis inginkan yaitu remaja perempuan yang biasanya dapat ditemukan di pusat perbelanjaan.

### 4.3 Hasil Analisis Data Penelitian

#### 4.3.1. Hasil Uji Asumsi

##### 4.3.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah variabel penelitian berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan uji sample *Kolmogorov Smirnov* dalam program SPSS 16 yang berfungsi sebagai alat estimasi. Sebuah data dikatakan normal jika nilai  $p > \alpha$ , normalitas variabel penelitian ini digambarkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.8

Uji normalitas data perilaku konsumtif

Variabel	Nilai p	Interpretasi
Perilaku Konsumtif	0,568	Normal

Dari hasil analisis *Kolmogorov Smirnov* dapat dikatakan bahwa nilai  $p > \alpha$  dimana  $0,568 > 0,05$  maka distribusi normalitas data perilaku konsumtif dinyatakan terpenuhi atau normal.

Tabel 4.9

Uji normalitas data intensitas menonton sinetron remaja

Variabel	Nilai p	Interpretasi
----------	---------	--------------

Intensitas menonton sinetron remaja	0.001	Tidak Normal
-------------------------------------	-------	--------------

Nilai hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* pada data intensitas menonton sinetron remaja Indonesia menunjukkan bahwa data yang diperoleh tidak normal dengan  $p$  lebih rendah dari koefisien *alpha* yaitu 0,05 namun menurut Azwar berdasarkan asumsi statistik data intensitas menonton sinetron remaja Indonesia dapat dikatakan normal dikarenakan responden yang digunakan lebih dari 30, maka normalitas data terpenuhi atau dinyatakan normal.

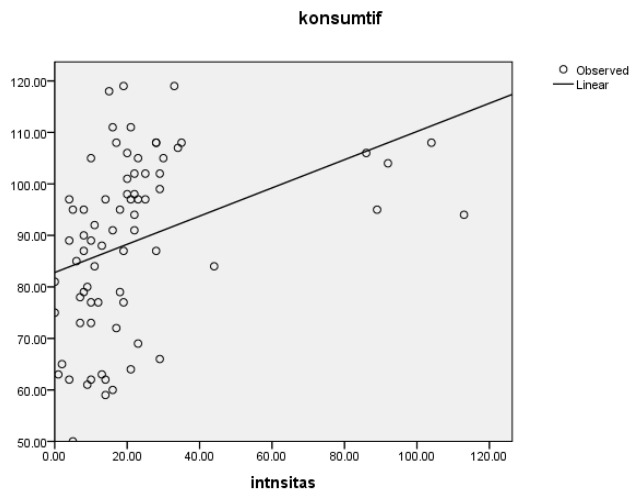
#### 4.3.1.2 Uji Asumsi Linieritas Antar Variabel

Uji linier merupakan prosedur yang digunakan untuk mengetahui bahwa rata-rata kelompok data sampel terletak dalam suatu garis lurus (linier). Berdasarkan perhitungan asumsi linieritas variabel menggunakan SPSS 16 didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,002 ( $p < 0,05$ ) yang artinya kedua variabel bersifat linier satu sama lain.

Tabel 4.10  
Hasil Uji Linearitas

Equation	Model Summary
	Sig.
Linear	0,002

Grafik 4.6 Persebaran linearitas antar variabel



### 4.3.2 Data Perilaku Konsumtif

Data perilaku konsumtif diperoleh dari hasil pengisian 50 nstrument penelitian berupa skala perilaku konsumtif dengan jumlah butir 48 pernyataan yang diisi oleh 71 responden berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang terdiri dari pemenuhan kebutuhan, barang diluar jangkauan, barang tidak produktif dan status. Dari hasil penelitian dan pengolahan data diperoleh skor terendah sebesar 50, skor tertinggi sebesar 119, mean sebesar 88.49 dan standar deviasi sebesar 16,98. Dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 4.11

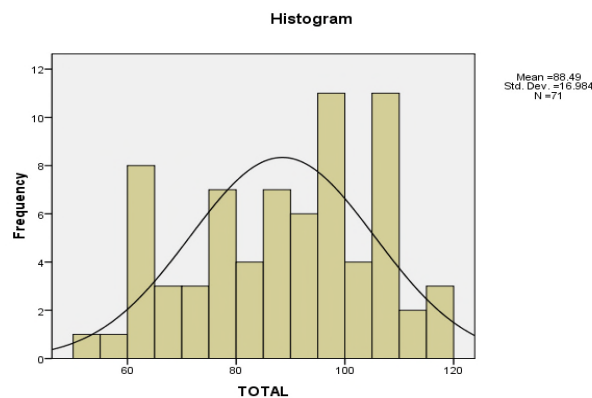
Deskriptif Data Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif	
N	71
Mean	88,49
Median	91
Mode	108
Std.	16,984
Deviation	

Variance	288,454
Skewness	-0,284
Kurtosis	-0,824
Range	69
Minimum	50
Maximum	119
Sum	6283

Grafik 4.7

Persebaran normalitas data perilaku konsumtif



#### 4.3.2.1 Kategorisasi Skor Perilaku Konsumtif Remaja Putri pada Produk *Fashion* yang ada di dalam Sinetron

Kategorisasi data berfungsi untuk menempatkan subjek dalam kategori-kategori atau kelompok tertentu. Berdasarkan hasil perhitungan kategorisasi perilaku konsumtif dengan menggunakan mean teoritik, berikut ini distribusi data perilaku konsumtif.

Tabel 4.12

Kategorisasi data Perilaku konsumtif

Variabel	Pengkategorian			Jumlah
	Tinggi	Sedang	Rendah	

<b>Perilaku</b>	0	20	51	100
<b>Konsumtif</b>				
<b>Persentase</b>	0	28%	72%	100%

Tabel hasil kategorisasi skor di atas menunjukkan bahwa responden rata-rata memiliki perilaku konsumtif yang rendah yaitu sebanyak 51 responden atau sebesar 72%, sementara itu 20 responden mempunyai tingkat perilaku konsumtif yang sedang yaitu sebesar 28% dan tidak ada responden yang menunjukkan tingkat perilaku konsumtif yang tinggi.

#### 4.3.3 Data Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia

Data Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia diperoleh dari hasil pengisian instrumen penelitian berupa skala Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia jumlah butir 9 pernyataan yang diisi oleh 71 responden berdasarkan dimensi-dimensi Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia yang terdiri dari pemahaman, penghayatan, frekuensi, dan durasi. Dari hasil penelitian dan pengolahan data diperoleh skor terendah sebesar 0, skor tertinggi sebesar 113, mean sebesar 17, dan standar deviasi sebesar 22,875 yang dijabarkan sebagai berikut.

Tabel 4.13

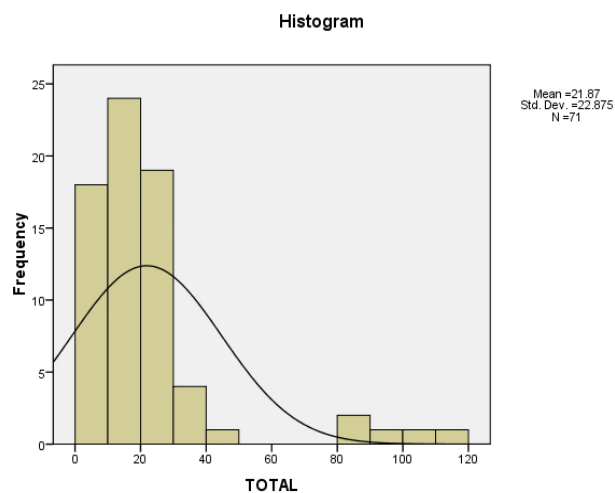
Deskriptif Data Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia

Intensitas menonton sinetron remaja	
N	71
Mean	21,87
Median	17
Mode	10
Std. Deviation	22,875

Variance	523,284
Skewness	2,621
Kurtosis	6,983
Range	113
Minimum	0
Maximum	113
Sum	1553

Grafik 4.8

Persebaran data intensitas menonton sinetron remaja Indonesia



Skor intensitas menonton sinetron remaja menyebar antara 0-113. Di bawah ini dapat dilihat distribusi frekuensi dari variabel intensitas menonton sinetron remaja.

Tabel 4.14

Distribusi Skor Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia

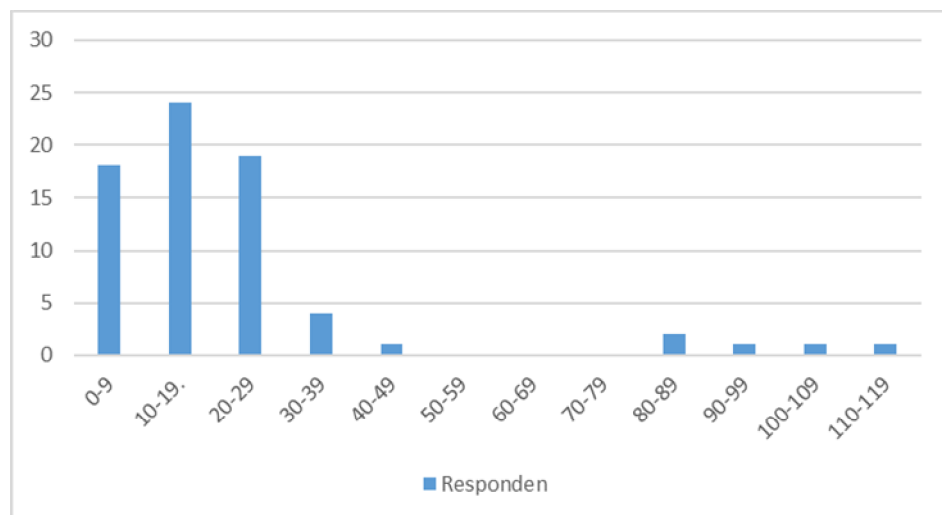
Interval	Frekuensi absolut	Frekuensi Relatif
0-9	18	25%

10-19	24	34%
20-29	19	27%
30-39	4	5,6%
40-49	1	1,4%
50-59	0	0
60-69	0	0
70-79	0	0
80-89	2	2,8%
90-99	1	1,4%
100-109	1	1,4%
110-119	1	1,4%
<b>Total</b>	<b>71</b>	<b>100 %</b>

Untuk mempermudah penafsiran distribusi frekuensi dari tabel di atas berikut disajikan grafik sebagai berikut:

Grafik 4.10

Persebaran kelas intensitas menonton sinetron remaja



#### 4.3.2.1 Kategorisasi Skor Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia

Kategorisasi data berfungsi untuk menempatkan subjek dalam kategori-kategori atau kelompok tertentu. Berdasarkan data persebaran yang dilihat menggunakan *Mean* dari hasil olah data menggunakan SPSS 16, kategorisasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4. 15

Kategorisasi Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia

---

Kategori Tinggi =  $Mean\ 2 < X$

---

Kategori Sedang =  $Mean\ 1 \leq X \leq Mean\ 2$

---

Kategori Rendah =  $X < Mean\ 1$

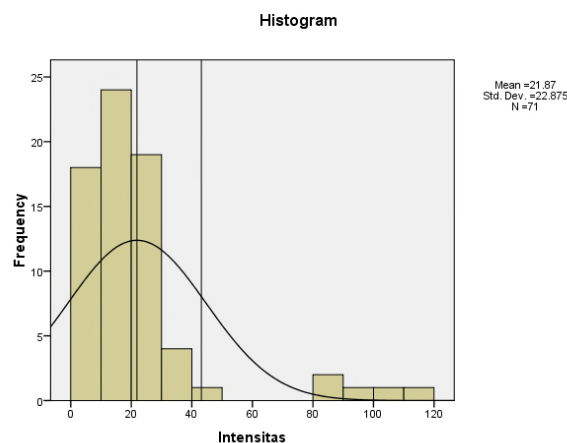
---

Mean 1 : Hasil analisa deskriptif data

Mean 2 : Hasil analisa deskriptif data setelah data di bawah Mean 1 dihilangkan

Grafik 4.11

Pengkategorisasian menggunakan nilai *mean*



Tabel 4.16

Kategorisasi Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia



Variabel	Pengkategorian			Jumlah
	Tinggi	Sedang	Rendah	
Perilaku Konsumtif	6	17	48	100
Persentase	8,5%	24%	67,5%	100%

Pada tabel kategorisasi di atas terlihat bahwa frekuensi terbanyak adalah kategorisasi Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia yang rendah yaitu sebanyak 48 responden atau 67,5%, sementara kategorisasi sedang frekuensinya adalah 17 responden atau 24%, dan kategori tinggi mempunyai frekuensi yang paling rendah yaitu sebanyak 6 responden atau 8,5%.

#### 4.3.4 Hasil Uji Hipotesis Penelitian

Pengujian hipotesis bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas menonton sinetron remaja Indonesia terhadap perilaku konsumtif remaja putri pada produk *fashion* yang ada dalam sinetron. Uji hipotesis menggunakan teknik analisis statistik regresi linier 1 prediktor dengan bantuan program SPSS versi 16.00. Berdasarkan hasil perhitungan statistik maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.17  
Analisa Regresi antar Variabel

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2738,995	1	2738.995	10.829	.002 <sup>a</sup>
	Residual	17452.751	69	252.938		
	Total	20191.746	70			

---

a. Predictors: (Constant), intnsitas

---

b. Dependent Variable: konsumtif

---

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi, hasil menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $p = 0,002$  dimana nilai ini lebih kecil dari koefisien alpha yaitu 0,05. Dengan demikian, hipotesis yang diajukan pada Bab II diterima yaitu terdapat pengaruh antara intensitas menonton sinetron remaja Indonesia terhadap perilaku konsumtif remaja putri pada produk *fashion* yang ada di dalam sinetron.

Tabel 4.18  
*Model Summary*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Estimate
1	.368	.136	.123	15.78689

---

a. Predictors: (Constant), intensitas

---

Pada data di atas dapat dilihat bahwa R Square bernilai sebesar ,136. Ini berarti bahwa Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia memberikan kontribusi pengaruh sebesar 13,6% terhadap perilaku konsumtif remaja putri pada produk *fashion* yang ada di dalam sinetron. Sisanya sebesar 86,4% dipengaruhi dari faktor-faktor lain selain intensitas menonton sinetron remaja Indonesia.

Tabel 4.19  
Koefisien antar variabel

Coefficients <sup>a</sup>		
	Unstandardized Coefficients	Sig.
(Constant)	82.512	0,000
Perilaku konsumtif	0.273	0,002

Konstanta variabel perilaku konsumtif sebesar 82,512 sedangkan koefisien regresi variabel Intensitas menonton sinetron remaja sebesar 0,273. Berdasarkan data yang tersedia, maka dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 82,512 + 0,273 X$$

Keterangan:

Y = Perilaku Konsumtif

X = Intensitas menonton sinetron remaja Indonesia

Berdasarkan persamaan regresi di atas dapat dianalisis bahwa intensitas menonton sinetron remaja Indonesia memiliki koefisien regresi sebesar 0,273 dengan nilai signifikansi sebesar 0,002 ( $p < 0,05$ ), dimana artinya variabel Intensitas menonton sinetron Remaja Indonesia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja putri pada produk *fashion* yang ada di dalam sinetron.

#### 4.4 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi telah didapatkan bahwa intensitas menonton sinetron remaja Indonesia mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif remaja putri pada produk *fashion* yang ada didalam sinetron.

Hal ini menunjukkan bahwa intensitas dalam menonton sinetron dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian atau dalam hal konsumtif. Dimana di dalam sinetron terdapat banyak barang-barang khususnya produk *fashion* yang digunakan oleh artis-artis serta berbagai macam jenis pakaian, warna, model dan bentuk menjadikan remaja-remaja yang menyaksikan sinetron remaja tertarik akan apa yang ia lihat di dalam sinetron tersebut. Yang dimana hasil penelitian ini membuktikan intensitas menonton sinetron remaja Indonesia mempengaruhi remaja putri untuk berperilaku konsumtif terhadap produk *fashion* yang ada di dalam sinetron.

Besar pengaruh intensitas menonton sinetron remaja Indonesia terhadap perilaku konsumtif remaja putri pada produk fashion yang ada di dalam sinetron dalam penelitian ini sebesar 13,6% dan sisanya 86,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor selain intensitas menonton sinetron remaja Indonesia. Faktor-faktor lain yang diasumsikan mempengaruhi perilaku konsumtif seperti yang dikemukakan oleh Engel, Blackwell dan Miniard (dalam Sari, 2009) antara lain adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok referensi, situasi, keluarga, kepribadian, konsep diri, motivasi, pengalaman belajar, dan gaya hidup.

Kebudayaan merupakan hasil yang dibentuk sekelompok masyarakat yang terjadi turun temurun sehingga generasi berikutnya akan menjadi penerus dari kebudayaan yang sudah dibentuk tersebut. Kelas sosial berpengaruh langsung pada pendapat dan selera seseorang. Kelompok referensi merupakan kelompok yang dapat mempengaruhi individu dalam pembelian konsumtif. Situasi seperti keadaan fisik dan sosial suatu tempat serta suasana hati dan lingkungan dapat mempengaruhi seseorang dalam pembelian konsumtif. Keluarga mempunyai pengaruh yang paling besar dikarenakan dari keluargalah sikap dan perilaku ditanamkan dalam melakukan pembelian suatu barang. Kepribadian seseorang mempengaruhi diri sendiri untuk memutuskan membeli suatu barang. Konsep diri seseorang juga mempengaruhi diri individu untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang. Motivasi merupakan dorongan yang timbul dari dalam diri seseorang untuk melakukan pembelian terhadap suatu barang. Pengalaman belajar seseorang akan menentukan keputusan mereka dalam membeli barang. Dimana pengalaman belajar tersebut berupa informasi-informasi mengenai suatu barang yang dijadikan referensi bagi individu untuk membeli suatu barang. Gaya hidup merupakan kebiasaan terpola yang individu lakukan untuk membeli suatu barang atau menanggapi suatu hal.

Analisa juga dilakukan pada data demografi dengan perilaku konsumtif dimana analisa data dilakukan untuk mengetahui gambaran kaitan data demografi dan perilaku konsumtif. Analisa dilakukan menggunakan program SPSS 16 melalui *Crosstab* tanpa menggunakan pengaruh. Crosstabs merupakan tabel silang yang akan menggambarkan kondisi subyek berdasarkan sejumlah variabel terkait (Rangkuti, 2012). Analisa dilakukan dengan pengkategorian skor perilaku konsumtif dan data demografi yang masing-masing mempunyai data nominal. Hasil dari *crosstabs* dijabarkan sebagai berikut:

Usia yang digunakan dalam penelitian ini adalah usia 12 – 23 tahun. Dan hasil berdasarkan data usia, frekuensi tertinggi adalah responden berusia 21 yang berjumlah 10 orang tahun sementara yang terendah adalah responden berusia 13 tahun, responden terbanyak yaitu 21 tahun termasuk ke dalam kelas perilaku konsumtif yang rendah. Sama halnya dengan responden terbanyak, responden terendah yaitu 13 tahun masuk ke dalam kelas perilaku konsumtif rendah.

Berdasarkan latar belakang pendidikan akhir, data dikategori menjadi 3 kategori yaitu: (1) SD, (2) SMP, dan (3) SMA. Hasil ditemukan bahwa frekuensi tertinggi berada pada latar belakang pendidikan akhir SMA yaitu berjumlah 31 responden yang juga masuk ke dalam kategori perilaku konsumtif rendah. Responden terendah ada pada latar belakang pendidikan akhir SD yaitu sebanyak 3 orang yang juga termasuk ke dalam perilaku konsumtif rendah.

Berdasarkan uang saku per bulan, data dibagi menjadi 5 rentang kategori yaitu: (1) Rp 100.000 - Rp 300.000, (2) Rp 300.001 - Rp 600.000, (3) Rp 600.001 - Rp 900.001, (4) Rp 900.000 - Rp 1.200.000, (5) Lebih dari Rp 1.200.000. Hasil ditemukan bahwa frekuensi tertinggi dalam data uang saku terdapat pada rentang Rp. 100.000 – Rp. 300.000 yaitu sebanyak 21 responden yang termasuk dalam perilaku konsumtif rendah. Responden

terendah berada pada rentang uang saku lebih dari 1.200.000 dan tidak ada responden yang mewakili rentang tersebut dan yang terendah tersebut termasuk ke dalam perilaku konsumtif rendah.

Berdasarkan pengeluaran uang per bulan, data di bagi menjadi 5 rentang kategori yaitu: (1) Rp 100.000 - Rp 300.000, (2) Rp 300.001 - Rp 600.000, (3) Rp 600.001 - Rp 900.001, (4) Rp 900.000 - Rp 1.200.000, (5) Lebih dari Rp 1.200.000. Hasil ditemukan bahwa frekuensi tertinggi dalam pengeluaran uang adalah rentang Rp. 100.000 – Rp. 300.000 yaitu sebanyak 18 responden yang juga termasuk dalam perilaku konsumtif rendah. Frekuensi terendah berada pada rentang Rp. 900.000 – Rp. 1.200.000 dan lebih dari Rp. 1.200.000 yang masing-masing mempunyai 1 responden dan termasuk ke dalam perilaku konsumtif sedang.

Berdasarkan pekerjaan Ayah, data dikategorikan menjadi 4 kategori pekerjaan yaitu (1) Pegawai Negeri, (2) Pegawai Swasta, (3) Wiraswasta, (4) Lainnya. Hasil ditemukan bahwa frekuensi tertinggi ada pada pekerjaan Wiraswasta yaitu sebanyak 19 responden dan termasuk ke dalam perilaku konsumtif rendah. Untuk responden terendah terdapat pada pekerjaan “Pegawai Negeri” yaitu sebanyak 2 responden yang termasuk ke dalam perilaku konsumtif sedang.

Berdasarkan pekerjaan Ibu, data dikategorikan menjadi 4 kategori pekerjaan yaitu (1) Pegawai Negeri, (2) Pegawai Swasta, (3) Wiraswasta, (4) Lainnya. Hasil ditemukan bahwa frekuensi tertinggi ada pada pekerjaan “Lainnya” yaitu sebanyak 33 responden dan termasuk ke dalam perilaku konsumtif rendah. Frekuensi terendah ditemukan pada pekerjaan Ibu “Wiraswasta” yaitu sebanyak 0 responden atau artinya tidak ada yang memilih pekerjaan tersebut yang juga termasuk ke dalam perilaku konsumtif sedang.

#### **4.5 Keterbatasan penelitian**

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan yang mungkin akan memengaruhi hasil dari penelitian ini. Keterbatasan tersebut dijabarkan sebagai berikut:

- 4.5.1 Kurangnya definisi yang jelas akan pastinya kesesuaian sering, jarang, dalam intensitas menonton sinetron
- 4.5.2 Kurangnya sampel penelitian yang diambil
- 4.5.3 Skala dari intensitas menonton yang harus lebih diperbaiki
- 4.5.4 Tidak adanya perilaku konsumtif tinggi dikarenakan dalam penelitian ini rata-rata responden sudah memasuki masa remaja akhir dimana kematangan emosional sudah mulai muncul sehingga keadaan labil berkurang.
- 4.5.5 Responden dari penelitian ini hanya remaja putri mungkin penelitian kedepannya juga mengaitkan kepada remaja putra, serta dapat membandingkan perilaku konsumtif remaja putri dan remaja putra saat ini.
- 4.5.6 Pada penelitian ini belum diketahui jelas kira-kira pada usia, pendidikan, uang saku, pengeluaran serta pekerjaan orang tua apa perilaku konsumtif terhadap sinetron paling rentan terjadi, diharapkan penelitian selanjutnya dapat meneliti hal tersebut.
- 4.5.7 Penelitian selanjutnya mungkin bisa mengaitkan data demografi dengan dengan teori-teori intensitas menonton televisi seperti teori kultivitas dan teori intensitas Ajzen.

