

**HUBUNGAN ANTARA PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP
AKSESORIS DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PADA
REMAJA PUTRI DI SMK II KOSGORO PADANG**

SKRIPSI

*Diajukan Kepada Tim Penguji Skripsi Program Studi Psikologi
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi*



Oleh

RAHMA FITRIA

NIM. 72458

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
JURUSAN BIMBINGAN DAN KONSELING
FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG**

2011

PERSETUJUAN SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP AKSESORIS DENGAN TINGKAT KEPERCAYAAN DIRI PADA REMAJA PUTRI DI SMK II KOSGORO PADANG

Nama : Rahma Fitria
NIM : 72458
Program Studi : Psikologi
Jurusan : Bimbingan dan Konseling
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Padang, Februari 2011

Disetujui Oleh

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dra. Hj. Zikra, M.Pd., Kons.
NIP. 19591130 198503 2 003

Yolivia Irna A., S.Psi., M.Psi., Psi.
NIP. 19790326 200801 2 007

PENGESAHAN

**Dinyatakan Lulus Setelah Dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Psikologi Jurusan Bimbingan dan Konseling
Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang**

**Judul : Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Terhadap
Aksesoris Dengan Tingkat Kepercayaan Diri Pada
Remaja Putri Di SMK II Kosgoro Padang**

Nama : Rahma Fitria
NIM : 72458
Program Studi : Psikologi
Jurusan : Bimbingan dan Konseling
Fakultas : Ilmu Pendidikan

Padang, Februari 2011

Tim Penguji

Nama

Tanda Tangan

- | | | |
|---------------|---|----------|
| 1. Ketua | : Dra. Hj. Zikra, M.Pd., Kons. | 1. _____ |
| 2. Sekretaris | : Yolivia Irna A., S.Psi., M.Psi., Psi. | 2. _____ |
| 3. Anggota | : Prof. Dr. Hj. Neviyarni S., M.S. | 3. _____ |
| 4. Anggota | : Farah Aulia, S.Psi., M.Psi., Psi. | 4. _____ |
| 5. Anggota | : Dr. Afif Zamzami, M.Psi. | 5. _____ |

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya sendiri. Sepanjang sepengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Padang, Februari 2011

Yang menyatakan,

Rahma Fitria

Alhamdulillah.... Alhamdulillah ya Allah... kuucapkan kepadamu tiada bosannya, dengan kesabaran, doa dan kekuatan serta dorongan semangat yang terus diberikan oleh orang-orang yang selalu menyanyangi ku akhirnya Skripsi ini dapat terselesaikan juga'..

Terimakasih Ya Allah..

Begitu banyak pengorbanan, usaha, dan kerja keras yang telah kulakukan dalam pembuatan skripsi ini,.. Suka, duka, bahagia, sedih dan bahkan tetesan air mata selalu mengiringi setiap kata demi kata dalam skripsi ini. Lelah jiwa n fisik yang kurasakan selama ini akhirnya berakhir juga. Hari yang kunanti itu datang juga walaupun terkadang ngk Sesuai dngn keinginan n harapan ku...Dari skripsi ini akupun bisa belajar dan memetik hikmah bahwa “ Ngk Semua Harapan Berjalan Sesuai dengan Keinginan”..

Salam sayang buat Mom n Dad... Terimakasih banyak pa.. atas Support, perhatian, dan Doa yang selalu engkau berikan kepada Vi, walaupun jarak memisahkan kita tapi support dan doa yg tlah engkau berikan udah bikin vi senang ^ ^.. Papa n Mama adalah motivasi terhebat Ku untuk cepat2 menyelesaikan Skripsi ini.. Doakan Selalu anak mu ini agar menjadi orang yang berhasil dan selalu membuat bangga Papa n mama.. amienn

Terimakasih banyak vi ucapkan untuk Kakak Trsayang (een) ^ _ ^ Makasii banyak kak.. ngk tau mesti bilang apa pada dirimu selain kata “Makasii”. Kakak yang udah banyak bantuin vi dalam Perkuliahan dan pembuatan Skripsi ini sampe selese, perhatian n rasa pedulimu (duitNya apalagi..Maap yag, klo vi sring mnta2 duit ma dirimu). Maklum lah Mom n Dad kan Jauh, jadinya vi ngadu2Nya Cuma sama K2k, Terimakasih udah banyak berkorban dan mengalah untuk vi.. Doakan adik mu ini jadi orang Sukses, biar besok bisa bales smua kebaikan2 mu.. ^ ^ hehe, . .

Untuk My Someone Special.... “ Grandmother”.. I luph U Soo much.. makasii banyak ibuk..cinta kasih vi selalu untuk mu, ibuk bener2 sosok seorang nenek yg sangat baikkk untuk V. Makasi atas kasih sayang mu, perhatian mu, pengorbananmu. Dirimu adalah Motivasi terbesar v untuk terus semangat n pantang menyerah. Makasi ibuk semua yang telah engkau berikan kepada vi dari awal v masuk kuliah sampai akhirnya v tamat dari kuliah ini, dirimu sangat banyak membantu (inget masa2 jadi anak perantauan yg ngekost di Bukittinggi, ibuk banyak bnget beri v bekal, yg berasnya lah, laukNya lah, Kuenya, n Duitnya,. Takut klo cu2mu ini knpa2 disana.. jd kudu bw Stok yg bnyak)hehe.. Semua yg terbaik akan v lakukan untuk mu agar dirimu bisa senang n bahagia... jasa2 mu n cinta kasihmu slama ini akan selalu v inget... Thanks ibuk, doakan yg terbaik slalu untuk v, doakan agar vi bisa jadi orang yg sukses yg bisa membuatmu bertambah bangga pada v..

Terimakasih V ucapkan untuk semua keluarga besar v, yang telah memberi v support dalam pembuatan skripsi ini. Makasi atas bantuannya baik secara moril maupun materil. Buat (

makwo, pakwo, t'dek, om im, t'na, tante Mira, ma'man) makasii perhatian yg telah diberikan slama ini pada vi.. Akhirnya v wisuda juga'.. hehehe. Bener kata kalian 4 tahun itu ngk'kerasa..rasanya baru kemaren v masuk kuliah n sekarang udah tamat ajja.

Buat sepupu2 v tersayang...(Ivath, bg Havid, bg Ivan, Aulia, Indah, Edo, Dinda, Devin) ngk'ada kata yg bisa v ucapkan selain "Makasii". Makasih udah bantuin v dalam pembuatan skripsi ini. (buat uul n bg havid makasi ya buat print an nya yang super banyak, Maaf vi selalu merepotkan, hehe) makasi juga ul'udah nemenin n ngantar kakak'kerumah dosen pembimbing waktu itu.. buat iin, makasi dah nemenin kakak'prgi fotocopy skripsi waktu itu. Dan buat sanak'ku Ivath,. (ayoo say.. kamu pasti bisa.. terus semangat n jangan prnah menyerah, wisuda menantimu..hehe)

Terimakasih untuk Ibu'Zikra selaku dosen pembimbing vi, yg selama ini membantu n membimbing v dengan kesabaran n rasa kasihsayang. Sampai skripsi ini akhirnya selesai juga'.

Kepada semua pendidik di Psikologi Pak Mudji, pak Afif, pak Anto, pak rey, pak ian, buk Mina, buk Tuti, buk Yol, buk Niken, buk Farah, Buk Oja, buk yet, Buk Shanti, buk Nevi, Pak Zul.

dan teruntuk semua dosen-dosen pengajar program studi psikologi UNP.. makasi atas semua bimbingan, ilmu, motivasi serta pengalaman yang berarti selama v menuntut ilmu di Psikologi ini.

Buat sahabat yang v sayang.. (Mere, Veni, n Noe..) I luv u guys..begitu banyak kenangan2 indah yg kita lalui bersama setiap saat.. suka, duka, sedih senang kita lalui bersama di Kona tacinto. sedih rasanya v harus berpisah dengan kalian..mudah2an kita besok bisa dapat kerja di satu kota yang sama.. amienn yaa Rab.

Buat mere.. makasii cinta.. dirimu udah banyak bantuin vi selama di perkuliahan ini, n sampai pembuatan skripsi. Senang vi bisa punya sahabat kyk lu..ngk'cuma saat v senang ajja lu ada, tapi disaat vi lagi sedih n down lu tetep ada dsmping ku..huhuhu..(ngk'salah gw milih lu buat jdi seorang sahabat di awal acara perkenalan kampus dulu)..kangen waktu2 kita kuliah dulu, yg kalo du2k'pasti deket2an ma veni n eno jg' sambil nggosip n mnit2 terakhir ngaciir'kluar klo dosennya ngk'killer, hee.

Ntr klo lu nyari kerja jangan jauh2 ya.. ntr susah kita ketemu..hee
N semoga lu tetep langgeng dengan kakanda "Syerwan" sampai ke jenjang yg lebih serius, amienn..

Buat Veni.. haha,, kantiiii... makasii ya dah bantuin v selama ne.. makasi dah bantuin v nyelesin skripsi ne juga'.. senang bisa punya sahabat orang Bukittinggi ^ ^

Keinget waktu kita di Kona dulu.. Senang, sedih,kita lalui bersama..betapapun berat masalah itu, kita hadapi ajja dengan senyuman..tiada hari tanpa ketawa di Kona.. kenangan terindah yg pasti selalu ku inget selamanya.. "Forever".. thanks ven, mer, gw terharu banget pas kalian bawa aku pergi berobat pas diriku sedang sakit waktu itu. hee

ven... jadi keinget waktu kita pergi kerumah Khairul.. perjalanan yg tak terlupakan,
berjuang demi skripsi..(Raso Pai Hiking gw Kantii waktu tu, hee)

Buat Eno.. dirimu yg paling dewasa diantara kita.. huhu.. thanks say udah banyak
bantuin v selama ne. Lu dah memberikan motivasi n semangat untuk v.. ngk kerasa ya say
4 taon brjalan cepat.. kapan kita bisa sekamar ber2 lagi ya??hee.. kangen say, saat2 ngekost
dulu..

Makasih atas persahabatan n kasih sayang selama ne say.. miss u soo much.. Tunggu kami
di kota mu.. kita akan gawe bareng2..hee amienn

Buat anak-anak Kona yg sangat v sayangi.... Hmm ngk da kata yg bisa vi ucapkan
selain... I luph Bekate..... I luph Kona...

Makasi buat (dona kamek, gressa Ming2., febi, devi) makasi ya dah bantuin kakak selama
ne.. kalian mg adek2 kak yg baik (manih lo saketek, hee).. ngk da yg bikin kak senang selain
bisa kumpul2 breng di Kona ^^ kehebohan n keceriannya bikin nambah semangat..

Makasih buat Ibuk Kost tersayang.. ngk tau harus bilang apa selain "Terimakasih".. makasi
ibuk, pak, udah nganggap vi sebagai anak sendiri. Jasa2 n kasih sayang ibuk ngk pernah v
lupain. Vi seperti dapat keluarga baru di bukittinggi (hmm kangenn) maaf ya buk dah
bikin rumahnya rame n berisik krna ketawa2 kita..hehe (bentuk ekspresi happy kita di
Kona).

Buat teman2 seangkatan ku 2006 Psikologi... Thanks guys buat kalian semua..senang
punya teman seperti kalian semua.. 4 tahun bersama kita lalui di kampus tercinta Psikologi
yang sejuk n indah..begitu banyak kenangan yang kita lalui dari awal kita masuk kuliah
sampai kita lulus dari kampus ini...

Ntar jangan pade sombong2 yag... yang mow meried undangan nya jangan lupa.. hehehe ..
sukses selalu buat kita... kenangan selama di kampus yang kudapat akan selalu kuingat
selama hidupku..... ^^

Dengan penuh rasa syukur pada Allah SWT..Karya ini kupersembahkan untuk semua
yang sayang dan menyayangiku..

ABSTRACT

Name : Rahma Fitria

Title : **The Relationship Between Consumptive Behaviour Toward Accessories With Confidence Levels in Girl Teenagers at SMK II Kosgoro Padang**

Advisor : **1. Dra. Hj. Zikra, M.Pd., Kons.**
2. Yolivia Irna A., S.Psi., M.Psi., Psi.

This research was started by the consumptive behavior of girl teenagers to buy accessories that aims to enhance their appearance in front of peers and the people around that related to their confidence as a teenagers. There are a lot of accessories that sold, make girl teenagers to buy new model of the accessories, so they will not out of style with their friends. Girl teenagers want to spend half of their pocket money just to buy the accessories which is a trend. Accessories can support the appearance so that confidence will increase.

This study used correlational analysis techniques to measure the relationship between consumptive behavior toward accessories to the level of confidence in girl teenagers at SMK II Kosgoro Padang. The population are all students of SMK II Kosgoro from grade I to grade III which total 135 students. This study used proportional random sampling technique. The sample of this study are 37 girl teenagers. Method to collect data are using consumptive behavior scale with 35 questions, and the confidence scale with 28 questions. Analysis using Product Moment correlation from Spearman with SPSS 12.0 for windows.

From this research, it appears that there is a significant positive relationship between consumptive behavior with confidence in girl teenagers at SMK II Kosgoro Padang with coefficient of correlation (r) .446, $p = .003$ ($p < .01$). So that the hypothesis put between consumptive behavior toward accessories to the level of confidence in girl teenagers at SMK II Kosgoro Padang accepted.

Keywords: Consumptive Behavior, Confidence.

ABSTRAK

Nama : Rahma Fitria

Judul : Hubungan Antara Perilaku Konsumtif terhadap Aksesoris dengan Tingkat Kepercayaan Diri pada Remaja Putri di SMK II Kosgoro Padang

Pembimbing : 1.Dra. Hj. Zikra, M.Pd., Kons.
2. Yolivia Irna A., S.Psi., M.Psi., Psi.

Penelitian ini diawali dengan perilaku konsumtif pada remaja putri dalam mengkonsumsi atau membeli aksesoris yang bertujuan untuk meningkatkan penampilan mereka dihadapan teman-teman sebaya dan orang-orang disekitarnya yang terkait dengan kepercayaan diri mereka sebagai remaja. Banyaknya aksesoris yang dijual semakin membuat para kaum wanita khususnya pada remaja putri untuk selalu membeli setiap model yang baru keluar agar mereka tidak ketinggalan gaya dengan teman-teman mereka. Remaja putri bahkan rela untuk menghabiskan setengah uang jajan mereka hanya untuk membeli aksesoris yang sedang *trend*. Aksesoris dapat menunjang penampilan sewaktu memakainya, sehingga kepercayaan diri semakin meningkat. Tetapi menjadi sebuah masalah ketika remaja terus-terusan membeli aksesoris tanpa memikirkan kebutuhan lain yang lebih penting untuk dipenuhi.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasional untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara perilaku konsumtif terhadap aksesoris dengan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri di SMK II Kosgoro Padang. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh siswi SMK II Kosgoro dari kelas I sampai dengan kelas III yang semuanya berjumlah 135 orang siswi. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *proportional random sampling*. Jumlah subjek penelitian ini berjumlah 37 orang. Alat pengumpulan data menggunakan skala perilaku konsumtif yang berjumlah 35 butir pernyataan, dan skala kepercayaan diri yang berjumlah 28 butir pernyataan. Teknik analisis data menggunakan uji normalitas dan linieritas serta uji korelasi *Product Moment* dari *Karl Pearson* menggunakan SPSS 12.0 *for windows*.

Pada hasil penelitian, terlihat bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan kepercayaan diri pada remaja putri di SMK II Kosgoro Padang. Terbukti dari hasil uji hipotesis didapatkan koefisien korelasi (r) .482, $p = .003$ ($p < .01$). Dengan demikian hipotesis kerja yang dikemukakan terdapat hubungan antara perilaku konsumtif terhadap aksesoris dengan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri di SMK II Kosgoro Padang diterima.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Kepercayaan Diri.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan nikmat-Nya hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan antara Perilaku Konsumtif terhadap Aksesoris dengan Tingkat Kepercayaan Diri Pada Remaja Putri di SMK II Kosgoro Padang”. Penyusunan skripsi ini dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana (S1) Psikologi di Universitas Negeri Padang.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak baik dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Firman, M.S., Kons. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan segala administrasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Daharnis, M.Pd., Kons. dan Bapak Drs. Erlamsyah, M.Pd., Kons. Selaku Ketua dan Sekretaris Jurusan Bimbingan dan Konseling. Terimakasih atas pendidikan, perhatian, dan kemudahan selama penulis mengikuti jenjang perkuliahan yang Bapak berikan.
3. Bapak Dr. Afif Zamzami, M.Psi. Selaku Ketua Program Studi Psikologi, Bapak Mardianto, S.Ag., M.Si. Selaku Sekretaris Program Studi psikologi dan beserta seluruh staf pengajar Program Studi Psikologi yang telah memberikan

bimbingan, pengetahuan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Ibu Amalia Roza B., S.Psi., M.Si., Psi. Selaku dosen PA (Pembimbing Akademik) yang telah mendidik dan membimbing peneliti dalam hal akademik sehingga peneliti bisa menyelesaikan perkuliahan dengan baik.
5. Ibu Dra. Hj. Zikra, M.Pd., Kons. dan ibu Yolivia Irna A., S.Psi., M.Psi., Psi. Selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan saran serta dukungan yang sangat berarti kepada peneliti selama penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Hj. Neviyarni S., M.S. ibu Farah Aulia, S.Psi., M.Psi., Psi. dan Bapak Afif Zamzami, M.Psi. Selaku penguji yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membaca dan menguji skripsi peneliti sehingga peneliti bisa dinyatakan lulus dan memperoleh gelar Sarjana Psikologi.
7. Ibu Zuyetti, S.Pd., M.Pd. Sebagai staf administrasi yang sudah menolong peneliti dalam mengurus masalah yang berhubungan dengan surat-menyurat.
8. Papa, mama, nenek dan kakakku Een yang sangat penulis sayangi, yang telah menjadi motivator terbesar penulis untuk tetap bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih telah memberikan dorongan baik moril, materil, dan spritual tanpa mengenal lelah dan waktu serta mengiringi dengan do'a kesabaran dan ketulusan hingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
9. Semua keluarga besar penulis yang sangat memberikan dorongan dan bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Bapak Adek Rustam selaku kepala sekolah, dan beserta staf pengajar di SMK II Kosgoro Padang yang telah memberikan ijin dan bantuan kepada peneliti untuk mengadakan penelitian ini.
11. Seluruh siswa SMK II Kosgoro Padang yang telah bersedia untuk dijadikan responden dalam penelitian ini dan telah banyak membantu peneliti saat melakukan penelitian di sekolah.
12. Sahabatku tersayang Mere, Veni, Eno, yang senasib seperjuangan dengan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas dukungan, perhatian, semangat dan persahabatan yang tidak mungkin bisa penulis lupakan.
13. Rekan-rekanku angkatan 2006 yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan perhatian, dukungan dan masukan yang sangat berguna untuk skripsi ini.
14. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu proses penelitian skripsi ini.

Semoga segala amal, kebaikan, dan pertolongan yang telah diberikan kepada peneliti mendapat berkah dari Allah SWT. Akhir kata peneliti mohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan dan berguna untuk pengembangan ilmu di kemudian hari.

Bukittinggi, Februari 2011
Peneliti

Rahma Fitria

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian	8
F. Manfaat Penelitian	9

BAB II KAJIAN TEORI

A. Kepercayaan Diri	10
1. Pengertian Kepercayaan Diri.....	10
2. Ciri-ciri Kepercayaan diri.....	11
3. Aspek-Aspek Kepercayaan Diri	13

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri.....	15
B. Perilaku Konsumtif Terhadap Aksesoris	17
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	17
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	18
3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	20
C. Masa Remaja	21
1. Pengertian Masa Remaja	21
2. Ciri-Ciri Masa Remaja.....	22
3. Perkembangan Remaja	25
4. Perilaku Konsumtif Pada Masa Remaja	26
D. Hubungan Perilaku Konsumtif Terhadap Aksesoris dengan Kepercayaan Diri.....	27
E. Hipotesis Penelitian	29
F. Kerangka Konseptual	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	31
B. Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
1. Perilaku Konsumtif.....	31
2. Kepercayaan Diri.....	32
C. Populasi dan Sampel.....	33
1. Populasi	33
2. Sampel	33

D. Instrumen dan Teknik Pengumpulan Data.....	34
1. Skala Perilaku Konsumtif Terhadap Aksesoris.....	34
2. Skala Kepercayaan Diri.....	36
E. Prosedur Penelitian	42
1. Persiapan Penelitian.....	42
2. Pelaksanaan Penelitian	42
F. Validitas dan Reliabilitas.....	43
1. Validitas.....	43
2. Reliabilitas	46
G. Teknik Analisis Data	48

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Subjek Penelitian.....	49
B. Deskripsi Data Penelitian	49
1. Perilaku Konsumtif.....	50
2. Kepercayaan Diri.....	53
C. Analisis Data.....	55
1. Uji Normalitas	55
2. Uji Linieritas.....	56
3. Uji Hipotesis	56
D. Pembahasan	57

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 62

B. Saran 63

DAFTAR PUSTAKA.....65

LAMPIRAN.....67

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Jumlah Siswi SMK II Kosgoro Padang	33
2. Blue Print Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba.....	35
3. Pemberian Nilai Skala Perilaku Konsumtif.....	36
4. Blue Print Skala Kepercayaan Diri.....	37
5. Pemberian Nilai Skala Kepercayaan Diri.....	38
6. Norma Pengkategorian Hasil Pengukuran Perilaku Konsumtif dan Tingkat Kepercayaan Diri Remaja Putri SMK II Kosgoro Padang.....	39
7. Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif (n = 37).....	42
8. Hasil Uji Validitas Skala Kepercayaan Diri (n = 37).....	43
9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur Penelitian.....	44
10. Rerata Empiris dan Rerata Hipotetik Perilaku Konsumtif dan Kepercayaan Diri (n= 37).....	46
11. Kriteria Kategori Skala Perilaku Konsumtif dan Distribusi Skor Subjek (n= 37).....	48
12. Kriteria Kategori Skala Tingkat Kepercayaan Diri dan Distribusi Skor Subjek (n= 37).....	51
13. Hasil Uji Normalitas Sebaran Variabel Perilaku Konsumtif dan Tingkat Kepercayaan Diri (n= 37).....	53

14. Korelasi antara Perilaku Konsumtif dengan Tingkat Kepercayaan	
Diri pada Remaja Putri SMK II Kosgoro Padang (n= 37).....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Konseptual	29
2. Histogram Proporsi Data Variabel Perilaku Konsumtif.....	49
3. Histogram Proporsi Data Variabel Tingkat Kepercayaan Diri	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Kisi-Kisi Skala Perilaku Konsumtif.....	68
2. Kisi-Kisi Skala Kepercayaan Diri.....	69
3. Skala Uji Coba Perilaku Konsumtif.....	73
4. Skala Uji Coba Tingkat Kepercayaan Diri.....	80
5. Skala Penelitian Perilaku Konsumtif.....	85
6. Skala Penelitian Tingkat Kepercayaan Diri.....	91
7. Uji Normalitas Perilaku Konsumtif.....	95
8. Uji Normalitas Tingkat Kepercayaan Diri.....	96
9. Deskriptif Statistik.....	98
10. Uji Linearitas Perilaku Konsumtif Dan Kepercayaan Diri.....	98
11. Uji Korelasi.....	98
12. Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif.....	99
13. Reliabilitas Skala Tingkat Kepercayaan Diri.....	101
14. Data Uji Coba Perilaku Konsumtif.....	103
15. Data Uji Coba Tingkat Kepercayaan Diri.....	105
16. Data Penelitian Perilaku Konsumtif.....	107
17. Data Penelitian Tingkat Kepercayaan Diri.....	109
18. Surat Izin Penelitian.....	111

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menurut Piaget (dalam Hurlock, 1999:206) mengatakan secara psikologi, remaja adalah suatu usia dimana individu menjadi terintegrasi kedalam masyarakat dewasa, suatu usia dimana anak tidak merasa dirinya berada dibawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar. Dengan kata lain, dalam masa remaja, seseorang akan belajar untuk mengenal dirinya sendiri serta mengalami proses sosialisasi dengan lingkungan sosialnya.

Masa remaja merupakan masa yang paling penting dan masa yang sangat menentukan karena pada masa ini individu mengalami banyak perubahan baik itu secara fisik maupun secara psikologis, pandangan ini didukung oleh WHO (dalam Sarwono, 2003:19) yang mendefenisikan remaja dalam tiga kriteria, yaitu biologik, psikologik, dan sosial ekonomi. Remaja adalah masa dimana seorang individu berkembang dari pertama kali ia menunjukkan tanda-tanda seksual sekundernya sampai saat ia mencapai kematangan secara seksual (biologis), mengalami perkembangan pola identifikasi dari kanak-kanak menjadi dewasa (psikologis) dan terjadi peralihan dari ketergantungan sosial ekonomi yang penuh kepada keadaan yang relatif lebih mandiri (sosial ekonomi). Berdasarkan definisi ini, WHO juga menetapkan batasan usia remaja, yaitu 10-20 tahun, hal ini didasarkan pada kesuburan wanita, tapi juga berlaku bagi remaja pria.

Masa remaja menurut Harlock (1999:206) adalah suatu masa peralihan atau masa transisi dari masa anak-anak menuju dewasa yang berkisar pada rentang

usia 13 hingga 17 tahun. Pada masa ini, remaja mengalami banyak perubahan di dalam hidupnya terutama perubahan-perubahan fisik, seperti penambahan tinggi badan yang cepat, pertumbuhan buah dada, pertumbuhan testis, dan pertumbuhan rambut pada kemaluan yang membuat remaja mulai memiliki pandangan yang berbeda mengenai dirinya sendiri baik secara fisik maupun secara psikis, mereka bukan lagi seorang anak-anak tetapi seorang individu yang akan tumbuh dan berkembang menjadi dewasa.

Menurut Erikson pada masa ini remaja mulai mencari identitas dirinya dan mulai tertarik untuk mengetahui siapa dirinya, bagaimana dirinya, dan tujuan apa yang akan ia capai di dalam kehidupannya (Santrock, 2002:341) yang dikenal juga dengan istilah konsep diri (*self Concept*). Konsep diri merupakan semua persepsi terhadap aspek diri yang meliputi aspek fisik, sosial, dan psikologis yang didasarkan pada pengalaman dan interaksi dengan orang lain. Selain itu menurut Paul (1993:9) konsep diri adalah gagasan tentang diri sendiri, yang terdiri dari bagaimana seseorang melihat dirinya sendiri sebagai pribadi, bagaimana seseorang merasakan tentang dirinya sendiri, dan bagaimana seseorang tersebut menginginkan dirinya sendiri untuk menjadi seperti yang diharapkannya.

Pencarian dan penemuan konsep diri merupakan salah satu tugas perkembangan yang penting pada masa remaja, karena jika seseorang remaja telah memiliki konsep diri yang baik, maka mereka akan dapat menjalani kehidupannya secara lebih baik pula pada masa-masa perkembangan berikutnya (Santrock, 2003:336) seperti menentukan pilihan karir yang sesuai dengan potensi dirinya dan menjalani peran sebagai ayah atau ibu pada masa dewasa awal, kemudian

membantu generasi muda dalam mengarahkan kehidupannya pada masa dewasa tengah, hingga pada akhirnya mencapai integritas pada masa tua. Hal ini disebabkan karena mereka telah mengetahui siapa dan bagaimana dirinya, apa tujuan hidupnya, dan nilai-nilai apa yang akan mereka yakini untuk menjalani kehidupannya di masa mendatang.

Pada proses pencarian konsep dirinya ini remaja mulai mengembangkan rasa kepercayaan diri karena seseorang yang memiliki kepercayaan diri yang baik dapat mengembangkan konsep diri yang sehat (Hurlock, 1996:336). Kepercayaan diri (*self confidence*) menurut Enung (2006:149) adalah sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri pada remaja adalah penampilan fisik (Santrock, 2003:336). Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Harter (Santrock, 2003:338) terungkap bahwa penampilan fisik secara konsisten berkorelasi paling kuat dengan rasa percaya diri. Hal ini disebabkan karena pada masa remaja banyak terjadi perubahan-perubahan fisik secara cepat yang membuat remaja mulai peka terhadap perubahan-perubahan fisiknya dan mulai menyadari bahwa mereka bukan lagi seorang anak-anak tetapi seseorang yang sedang menuju dewasa.

Kepekaan terhadap perubahan fisik ini membuat remaja mulai memiliki gambaran tubuh yang ideal, dan mulai memiliki kecemasan dengan ketidaksesuaian antara bentuk fisik yang diharapkan dengan keadaan fisik yang terjadi, yang pada akhirnya membuat remaja tidak puas dengan bentuk tubuhnya.

Ketidakpuasaan tersebut kemudian membuat remaja mulai memikirkan suatu cara yang dapat memperbaiki penampilan fisik mereka (Hurlock, 1999:211) agar sesuai dengan gambaran ideal yang mereka inginkan.

Ketidakpuasaan terhadap penampilan fisik ini lebih banyak terjadi pada remaja putri. Menurut Campbell (Santrock, 2003:339) hal ini disebabkan karena remaja putri lebih memiliki perhatian yang lebih besar terhadap penampilan fisiknya dibandingkan remaja laki-laki.

Menurut Inggrid (2009:1), salah satu cara yang dapat dilakukan untuk menunjang penampilan fisik seseorang agar terlihat lebih percaya diri adalah dengan menggunakan aksesoris. Aksesoris menurutnya memainkan peranan yang tak kalah penting dalam mendukung penampilan. Aksesoris seperti cincin, anting, kalung, dan gelang, tidak hanya menambah nilai pada penampilan saja, tetapi juga dapat mengikat rasa percaya diri sewaktu memakainya. Tampil modis dengan aksesoris yang melekat di tubuh tidak hanya sebagai penunjang penampilan tapi sudah menjadi sebuah kebutuhan. Menurut Inggrid (2009:1), rasanya kurang percaya diri ketika tidak memakai aksesoris saat bepergian.

Hadirnya berbagai bentuk-bentuk aksesoris yang ditawarkan oleh produsen khususnya kepada remaja, membuat kaum remaja ingin selalu membeli setiap produk yang dikeluarkan (Eka, 2005:2). Hal ini dilatarbelakangi karena remaja cenderung mengikuti perkembangan *trend* dan *fashion* di setiap zamannya, dan mereka tidak ingin dikatakan ketinggalan gaya oleh teman-teman sebayanya. Hal ini juga didukung oleh pendapat dari (Hurlock, 1999:211) yang mengatakan

bahwa penampilan diri tidak hanya pada pakaian saja, tetapi juga mencakup pada perhiasaan pribadi, kerapian, daya tarik, dan bentuk tubuh.

Selalu mengikuti setiap perubahan mode dan *trend* khususnya pada aksesoris, membuat para remaja akhirnya menjadi konsumtif, yaitu membeli atau mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal tanpa bisa memikirkannya terlebih dahulu (Siska, 2008:1). Hal inilah yang dimanfaatkan oleh produsen yang menjadikan remaja sebagai pasar yang potensial (Tambunan, 2001:1). Dengan salah satu alasannya yaitu remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis dalam membeli barang, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.

Berdasarkan observasi yang peneliti lakukan pada toko-toko aksesoris yang berada di kota Padang, kebanyakan yang datang ke toko itu dan membeli beberapa aksesoris adalah rata-rata konsumen dari kalangan wanita. Dan sebagian besarnya adalah remaja dari tingkat SMA. Mereka pergi dengan sekelompok teman-temannya untuk melihat bahkan membeli aksesoris dari toko satu ke toko lainnya. Hal ini dapat menunjukkan bahwa pada diri remaja putri terdapat minat untuk melihat bahkan membeli aksesoris.

Selain itu menurut salah satu remaja putri yang telah diwawancarai ketika berada di toko aksesoris, ia mengatakan bahwa aksesoris mempunyai peranan yang tak kalah penting dalam mendukung penampilannya. Aksesoris seperti cincin, anting, kalung, dan gelang tidak hanya untuk mempercantik penampilan saja, tetapi juga dapat menambah rasa percaya dirinya ketika ia memakainya. Dari

pernyataan remaja putri ini, ia juga mengatakan bahwa setiap aksesoris dengan model terbaru yang baru keluar, mereka selalu mengikuti dengan cara membeli aksesoris tersebut.

Berdasarkan survey yang peneliti lakukan pada siswi remaja putri di SMK Kosgoro Padang pada tanggal 25 Oktober 2010 yang merupakan populasi dari penelitian ini, remaja putri disini juga mengalami fenomena yang sama dengan perilaku konsumsi remaja yang sudah mengarah kepada konsumtif, yaitu membeli aksesoris secara berlebihan yang bukan merupakan suatu kebutuhan pokok. Hal ini dapat dilihat dari hasil angket awal atau angket pra penelitian yang peneliti bagikan kepada sebagian siswi SMK tersebut sebanyak 30 orang, yang rata-rata siswi tersebut banyak menggunakan aksesoris pada saat itu.

Dari hasil angket yang telah mereka isi, dapat dilihat bahwa remaja tersebut suka berbelanja khususnya membeli aksesoris secara berlebihan. Dimana menurut teori dari Lina & Rosyid (1997:9), adapun aspek-aspek perilaku konsumtif itu sendiri adalah pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan. Remaja putri SMK ini termasuk kepada aspek-aspek konsumtif tersebut, dimana dari hasil angket yang mereka isi tergambar bahwa mereka sering membeli aksesoris walaupun mereka sudah banyak memiliki aksesoris dirumah, mereka selalu membeli model terbaru yang sedang trend saat itu.

Selain itu dari angket yang telah diisi, tampak pula bahwa sebagian dari uang jajan mereka digunakan untuk membeli aksesoris. Minimal remaja putri ini membeli aksesoris empat kali dalam seminggu. Seperti membelinya saat pulang

sekolah bersama teman-temannya, ataupun sewaktu hari libur dan saat berpergian dengan temannya, mereka sering singgah ke toko aksesoris untuk membelinya.

Dari hasil angket yang telah diisi, tampak bahwa remaja putri tersebut hanya membeli aksesoris secara berlebihan untuk mencari kesenangan semata, tanpa memikirkan kebutuhan-kebutuhan pokok lainnya yang lebih penting. Mereka menggunakan uangnya sebagian besar hanya untuk membeli aksesoris secara berlebihan yang pada akhirnya menimbulkan perilaku boros. Dari permasalahan yang telah dikemukakan, maka peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut dan menuangkan dalam bentuk skripsi yang berjudul "Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Terhadap Aksesoris dengan Tingkat Kepercayaan Diri pada Remaja Putri".

B. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang identifikasi masalah pada penelitian ini adalah:

1. Seringnya remaja putri membeli aksesoris secara berlebihan yang tidak diperlukan tanpa memikirkan kebutuhan lainnya yang paling utama.
2. Salah satu cara untuk meningkatkan kepercayaan diri guna menunjang penampilan fisiknya, remaja cenderung membeli aksesoris secara berlebihan.
3. Hubungan antara perilaku konsumtif terhadap aksesoris dengan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri.

C. Batasan Masalah

Dari permasalahan yang telah dikemukakan, penulis membatasi masalah dalam penelitian ini yaitu hubungan perilaku konsumtif terhadap aksesoris dengan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dikemukakan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Bagaimana perilaku konsumtif terhadap aksesoris pada remaja putri?
- b. Bagaimana gambaran tingkat kepercayaan diri pada remaja putri?
- c. Apakah terdapat hubungan antara perilaku konsumtif terhadap aksesoris dengan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri?

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

- a. Menggambarkan tingkat perilaku konsumtif terhadap aksesoris pada remaja putri.
- b. Menggambarkan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri.
- c. Menggambarkan hubungan antara perilaku konsumtif terhadap aksesoris dengan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah untuk :

1. Manfaat teoritis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang psikologi terutama psikologi industri, dan memperkaya hasil penelitian yang telah ada serta dapat memberi gambaran mengenai hubungan perilaku konsumtif terhadap aksesoris dengan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri.

2. Manfaat praktis:

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bahwa, untuk meningkatkan kepercayaan diri khususnya dalam berpenampilan dan menunjang penampilan fisik tidak hanya dengan memakai aksesoris dan membelinya secara berlebihan. Banyak kebutuhan lain yang lebih diutamakan selain membeli aksesoris. Selain itu hal lain yang dapat meningkatkan kepercayaan diri yaitu dengan meningkatkan prestasi-prestasi serta bakat yang dimiliki.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kepercayaan Diri

1. Pengertian Kepercayaan Diri

Kepercayaan diri (*self confidence*) menurut Syaifullah (2010:10) percaya diri merupakan sikap positif yang dimiliki seorang individu yang membiasakan dan memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri sendiri maupun terhadap orang lain, lingkungan, serta situasi yang dihadapinya untuk meraih apa yang diinginkannya.

(Angelis dalam *Psycho 165*, 2009:18) percaya diri berarti keyakinan atau rasa percaya yang dimiliki seseorang terhadap dirinya sendiri yang dapat menyebabkan seseorang mampu mengambil keputusan dengan tepat dan bijaksana. Menurut Santrock (2003:336) kepercayaan diri (*self confidence*) merupakan suatu fungsi interpretasi seseorang terhadap kemampuan atau keahlian yang dimilikinya. Menurut (Hambly dalam *Psycho 165*, 2009:18) kepercayaan diri adalah suatu keyakinan seseorang bahwa dirinya mampu berperilaku seperti yang diharapkan untuk memperoleh hasil yang diinginkan serta dapat menangani segala sesuatu dengan tenang.

Individu yang mempunyai kepercayaan diri cenderung akan menjadi mandiri dan tidak perlu bergantung pada orang lain. Individu tersebut akan mampu memenuhi keperluan hidup dengan rasa percaya diri dan kekuatannya dengan memperhatikan situasi dari sudut kenyataan Anthony (1992:18).

Didukung pula oleh pendapat dari Lauster (2000:19) bahwa individu yang memiliki kepercayaan diri, tidak merasa perlu merisaukan dirinya untuk memberikan kesan yang menyenangkan di mata orang lain dan tidak ragu-ragu pada diri sendiri. Individu tersebut juga bersikap mandiri, tidak mementingkan diri sendiri, cukup toleran serta mempunyai ambisi yang wajar.

Menurut Enung (2006:148) kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif baik terhadap diri sendiri maupun terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya. Rasa percaya diri yang tinggi merujuk pada adanya beberapa aspek dari kehidupan individu bahwa ia merasa memiliki kompetensi, yakin mampu dan percaya bahwa dirinya bisa karena didukung oleh pengalaman, potensi aktual, prestasi serta harapan yang realistis terhadap diri sendiri.

Berdasarkan definisi-definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri merupakan suatu keyakinan individu terhadap kemampuan yang ia miliki dan kemampuan menerima diri apa adanya yang menyebabkan individu memiliki gambaran diri yang positif dan objektif sehingga ia dapat menyesuaikan diri dengan lingkungannya dengan baik.

2. Ciri-Ciri Kepercayaan Diri

Menurut Enung (2006:149), ada beberapa ciri atau karakteristik individu yang mempunyai rasa percaya diri yang proporsional diantaranya adalah sebagai berikut:

- a. Percaya akan kompetensi atau kemampuan diri, sehingga tidak membutuhkan pujian, pengakuan, penerimaan, ataupun hormat dari orang lain.
- b. Tidak terdorong untuk menunjukkan sikap konformis demi diterima oleh orang lain atau oleh kelompok.
- c. Berani menerima dan menghadapi penolakan dari orang lain, dan berani menjadi diri sendiri.
- d. Punya pengendalian diri yang baik (tidak moody dan emosinya stabil).
- e. Memiliki internal locus of control (memandang keberhasilan atau kegagalan, bergantung pada usaha diri sendiri dan tidak mudah menyerah pada nasib atau keadaan serta tidak bergantung dan mengharapkan bantuan dari orang lain).
- f. Mempunyai cara pandang yang positif terhadap diri sendiri, orang lain, dan situasi di luar dirinya.
- g. Memiliki harapan yang realistis terhadap diri sendiri, sehingga ketika harapan itu tidak dapat terwujud, ia akan tetap mampu melihat sisi positif dirinya dan situasi yang terjadi.

Selain itu menurut Daradjat (1990:19), ciri-ciri individu yang memiliki kepercayaan diri adalah tidak memiliki keraguan dan perasaan rendah diri, tidak takut memulai sesuatu hubungan baru dengan orang lain, tidak suka mengkritik dan aktif dalam pergaulan dan pekerjaan, tidak mudah tersinggung, berani mengemukakan pendapat, berani bertindak, dapat mempercayai orang lain, dan selalu optimis.

Dan adapun karakteristik individu yang kurang percaya diri diantaranya adalah sebagai berikut, Enung (2006:150) :

- a. Berusaha menunjukkan sikap konformis, semata-mata demi mendapatkan pengakuan dan penerimaan kelompok.
- b. Menyimpan rasa takut atau kekhawatiran terhadap penolakan.
- c. Sulit menerima realiti diri (terlebih menerima kekurangan diri) dan memandang rendah kemampuan diri sendiri.
- d. Pesimis, mudah menilai segala sesuatu dari sisi negatif.
- e. Takut gagal, sehingga menghindari segala resiko dan tidak berani memasang target untuk berhasil.
- f. Cenderung menolak pujian yang ditujukan secara tulus (karena undervalue diri sendiri).
- g. Selalu menempatkan atau memosisikan diri sebagai yang terakhir, karena menilai dirinya tidak mampu.
- h. Mempunyai external locus of control (mudah menyerah pada nasib, sangat bergantung pada keadaan dan pengakuan atau penerimaan serta bantuan dari orang lain).

3. Aspek-Aspek Kepercayaan Diri

Menurut Anthony (1992:19), aspek-aspek dari kepercayaan diri antara lain:

- a. Rasa aman, yaitu terbebas dari perasaan takut dan tidak ada kompetisi terhadap situasi atau orang-orang disekitarnya.

- b. Ambisi normal, yaitu ambisi yang disesuaikan dengan kemampuan dan dapat menyelesaikan tugas dengan baik serta bertanggung jawab.
- c. Yakin pada kemampuan diri, merasa tidak perlu membandingkan dirinya dengan orang lain dan tidak mudah terpengaruh oleh orang lain.
- d. Mandiri, tidak tergantung pada orang lain dalam melakukan sesuatu dan tidak memerlukan dukungan dari orang lain.
- e. Tidak mementingkan diri sendiri atau toleransi, mengerti kekurangan yang ada pada dirinya, dan dapat menerima pendapat dari orang lain.
- f. Optimis, memiliki pandangan dan harapan yang positif mengenai diri dan masa depannya.

Selain itu, menurut pendapat Lauster (2000:19) bahwa kepercayaan diri juga mempunyai aspek-aspek sebagai berikut:

- a. Keyakinan akan kemampuan diri, yaitu sikap positif individu tentang dirinya bahwa ia mengerti sungguh-sungguh akan apa yang dilakukan.
- b. Optimisme, yaitu sikap positif individu yang selalu berpandangan baik dalam menghadapi segala hal tentang diri, harapan dan kemampuan.
- c. Objektif, yaitu sikap individu yang memandang permasalahan ataupun segala sesuatu sesuai dengan kebenaran yang semestinya.
- d. Bertanggung jawab, yaitu kesediaan individu untuk menanggung segala sesuatu yang telah menjadi konsekuensinya.
- e. Rasional dan realistis, yaitu kemampuan menganalisa suatu masalah, sesuatu hal, sesuatu kejadian dengan menggunakan pemikiran yang dapat diterima oleh akal dan sesuai dengan kenyataan.

4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Diri.

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan diri. Menurut Hurlock (1968), kepercayaan diri (*self confidence*) dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Emosi

Individu memiliki cara-cara tertentu untuk mengekspresikan emosi yang dirasakannya. Cara individu mengekspresikan emosinya akan membentuk suatu penilaian sosial dari lingkungannya. Jika individu menggunakan cara-cara yang dianggap positif, hal itu akan menimbulkan penilaian sosial yang positif dimana nantinya akan membentuk konsep diri yang baik. Sebaliknya, jika individu memperoleh penilaian negatif dari lingkungan, konsep dirinya akan menjadi negatif dan mempengaruhi kepercayaan diri yang dimilikinya.

b. Pola Budaya

Setiap budaya memiliki pola berperilaku yang diharapkan bagi tiap anggotanya. Aturan ini mengharuskan setiap individu untuk mengembangkan suatu pola kepribadian yang sesuai dengan kebiasaan yang ada dalam kelompok budayanya. Jika individu tidak mampu menerima nilai-nilai yang diberikan, ia akan sulit menyesuaikan diri. Semakin ia menolak pola budaya yang telah ada, ia tidak akan dihargai oleh lingkungannya sehingga akan mempengaruhi konsep dirinya.

c. Lingkungan Keluarga

Keluarga adalah lingkungan yang paling berpengaruh pada perkembangan psikologis individu. Individu akan mengadopsi perilaku dan sikap yang diterapkan keluarganya kedalam kepribadiannya. Jika keluarga merasa yakin dan percaya akan kemampuan individu dalam mengatasi masalah, ia juga akan merasa percaya diri untuk mengatasi permasalahannya.

d. Penampilan Fisik

Individu memiliki suatu kesadaran dalam dirinya bahwa rasa percaya diri diperkuat oleh penampilan yang menarik dan perasaan rendah diri diperkuat oleh penampilan yang tidak menarik. Penampilan fisik yang dirasa kurang menarik dapat menyebabkan individu merasa tidak percaya diri dalam bergaul dan berperilaku. Disini individu melakukan berbagai cara untuk menutupi penampilan fisiknya yang dianggap kurang menarik.

Penampilan fisik juga merupakan salah satu faktor yang menentukan kepercayaan diri. Menurut anthony (1992:18), penampilan fisik yang kurang adalah penyebab utama rendahnya harga diri dan kepercayaan diri individu. Selain itu kelainan fisik tertentu seperti cacat anggota tubuh atau rusaknya salah satu indera merupakan kekurangan yang jelas terlihat oleh orang lain, dengan sendirinya seseorang sangat merasakan kekurangan yang ada pada dirinya dibandingkan dengan orang lain. Jika seseorang tidak berpikir dan bertindak secara positif, maka timbul rasa rendah diri (minder) yang akan berkembang menjadi rasa tidak percaya diri. Begitu juga dengan daya tarik fisik seperti

kecantikan dan ketampanan akan mempengaruhi tingkat kepercayaan diri seseorang.

B. Perilaku Konsumtif Terhadap Aksesoris

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Tambunan (2001:1), perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

James F. Engel (dalam Mangkunegara, 2005:35) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut.

Katoda (dalam Munandar, 2001:430) memandang perilaku konsumen sebagai cabang ilmu dari perilaku ekonomika (*behavior economics*), sedangkan Howell dan Dpboye (dalam Munandar, 2001:430), mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan bagian dari aktifitas dan kegiatan mengkonsumsi suatu jasa dan barang yang dilakukan oleh konsumen.

Selanjutnya menurut Suyasa dan Fransisca (2005:172), mendefenisikan perilaku konsumtif sebagai tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan, tetapi untuk memenuhi keinginan yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan.

Grinder (dalam Lina & Rosyid, 1997:7) memberikan pengertian bahwa pola hidup manusia dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan saja yang disebut sebagai perilaku konsumtif. Sedangkan menurut Lubis (dalam Lina & Rosyid, 1997:7) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah tidak rasional lagi.

Berdasarkan dari beberapa pengertian yang telah dikemukakan, maka dapat diambil suatu kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi barang ataupun jasa yang tidak diperlukan secara berlebihan yang tidak rasional lagi. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata hanya untuk memuaskan kesenangan dan keinginan dari pada mementingkan pada kebutuhan.

Konsumen dalam membeli suatu produk bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata-mata, tetapi juga keinginan untuk memuaskan kesenangan. Keinginan tersebut seringkali mendorong seseorang untuk membeli barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari pembelian produk oleh konsumen yang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata tetapi juga sudah membeli secara berlebihan guna kesenangannya.

2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Suyasa dan Fransisca (2005:175) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu:

a. Hadirnya iklan

Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat agar mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Iklan juga mengajak agar mengkonsumsi barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan serta harga yang tidak rasional.

b. Konformitas

Konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan adanya keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik dan tidak berbeda dengan rekan-rekannya untuk dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.

c. Gaya hidup

Munculnya perilaku konsumtif disebabkan gaya hidup budaya barat. Pembelian barang tertentu terutama berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang.

d. Kartu kredit

Kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunanya, sehingga penggunanya dapat menggunakan batas kredit yang ada tanpa takut tidak mempunyai uang ketika berbelanja.

Selain itu Tambunan (2001:2) menambahkan bahwa perilaku konsumtif dapat terjadi karena:

a. Pembeli ingin tampak berbeda dari yang lain

Remaja melakukan pembelian atau pemakaian dengan maksud untuk menunjukkan bahwa dirinya berbeda dengan yang lain.

b. Ikut-ikutan

Seseorang melakukan tindakan pembelian hanya untuk meniru orang lain atau kelompoknya dan untuk mengikuti mode yang sedang beredar.

Sarwono (1994:1), mengatakan bahwa perilaku konsumtif biasanya lebih dipengaruhi oleh faktor emosional dari pada rasio, karena pertimbangan-pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu barang dan jasa lebih menitik beratkan pada status sosial, mode dan mengikuti gaya pada saat itu tanpa ada pertimbangan terhadap ekonomis.

Berdasarkan pendapat ahli diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif itu diantaranya hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup, kartu kredit, ikut-ikutan, serta keinginan pembeli agar tampak berbeda dari yang lain.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut (Lina & Rosyid, 1997:9) adalah:

a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*)

Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang muncul tiba-tiba atau keinginan sesaat, yang dilakukan tanpa terlebih dahulu

mempertimbangkannya dan tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian. Hal ini biasanya bersifat emosional.

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku boros, yaitu menghambur-hamburkan banyak uang tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*)

Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencari kesenangan. Salah satu cara yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana dalam hal ini dilatar belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika mereka memakai barang yang dapat membuatnya menjadi trendy dan percaya diri, seperti memakai aksesoris.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif seorang remaja dapat dipengaruhi oleh beberapa aspek yang mendasari perilaku tersebut terjadi seperti pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan penelitian pada perilaku konsumtif terhadap aksesoris oleh remaja putri.

C. Masa Remaja

1. Pengertian Masa Remaja

Remaja atau *adolescence* berasal dari bahasa latin *adolescere* yang berarti "tumbuh" atau "tumbuh menjadi dewasa". Menurut Hurlock (1999:206) awal masa remaja berlangsung dari umur 13 tahun sampai 17 tahun. Saat ini istilah

remaja mempunyai arti yang lebih luas dan tidak hanya meliputi kematangan fisik, tetapi juga kematangan mental, emosional, dan sosial. Secara psikologis, masa remaja adalah bahwa usia anak tidak lagi merasa dibawah tingkat orang-orang yang lebih tua, melainkan pada tingkatan yang sama (Hurlock, 1999:205).

Masa remaja menurut Mappiare (1982:30) berlangsung antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita, dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria. Rentang usia remaja ini dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu usia 12/13 tahun sampai dengan 17/18 tahun adalah masa remaja awal, dan usia 17/18 tahun sampai dengan 21/22 tahun adalah masa remaja akhir.

Jadi berdasarkan uraian diatas, maka disimpulkan bahwa remaja adalah kelompok individu yang sedang mengalami masa pertumbuhan, masa peralihan dari kanak-kanak menuju kedewasa. Diawali dengan masa puber yang ditandai dengan perubahan fisik, kematangan seksual, kognisi, dan psikososial. Dengan rentang usia antara umur 12 tahun sampai dengan 21 tahun bagi wanita, dan 13 tahun sampai dengan 22 tahun bagi pria.

2. Ciri-ciri Masa Remaja

Masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakannya dengan periode-periode sebelum dan sesudahnya (Hurlock, 1999:207). Ciri-ciri tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Masa remaja sebagai periode yang penting

Pada periode ini dianggap penting karena fisik dan akibat psikologis. Perkembangan fisik yang cepat dan penting disertai

dengan cepatnya perkembangan mental, terutama pada awal masa remaja. Semua perkembangan ini menimbulkan perlunya penyesuaian mental dan perlunya membentuk sikap, nilai, dan minat baru.

b. Masa remaja sebagai masa peralihan

Masa remaja merupakan masa peralihan dari satu tahap perkembangan ke tahap berikutnya. Dapat diperjelas maksudnya apa yang telah terjadi sebelumnya akan meninggalkan bekas pada apa yang terjadi sekarang dan masa yang akan datang.

c. Masa remaja sebagai periode perubahan

Tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Terdapat beberapa perubahan yang hampir bersifat universal, yaitu pertama, meningkatnya emosi yang intensitasnya bergantung pada tingkat perubahan fisik dan psikologis yang terjadi. Kedua, terjadinya perubahan tubuh, minat dan peran yang diharapkan oleh kelompok sosial untuk diperankan dalam kehidupan sosial. Ketiga, dengan berubahnya minat dan perilaku, maka nilai-nilai juga berubah. Keempat, sebagian besar remaja bersikap ambivalen terhadap setiap perubahan.

d. Masa remaja sebagai usia yang bermasalah

Setiap periode mempunyai masalahnya sendiri-sendiri, namun masalah masa remaja tersebut sering menjadi masalah yang sulit diatasi oleh mereka. Karena sepanjang masa kanak-kanak dulu, permasalahan yang timbul diselesaikan oleh orang tua, guru, sehingga tidak adanya pengalaman untuk menyelesaikan masalah tersebut secara mandiri.

e. Masa remaja sebagai masa mencari identitas

Tahun-tahun awal masa remaja penyesuaian diri dengan kelompok masih tetap penting bagi anak laki-laki maupun perempuan. Kemudian para remaja ini mulai mendambakan identitas diri dan tidak puas lagi dengan menjadi sama dengan teman-teman dalam segala hal.

f. Masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan

Anggapan stereotip budaya bahwa remaja adalah anak-anak yang tidak rapi, yang tidak dapat dipercaya dan cenderung berperilaku merusak, menyebabkan orang dewasa harus membimbing dan mengawasi kehidupan para remaja.

g. Masa remaja sebagai masa yang tidak realistik

Pada masa ini remaja melihat dirinya sendiri dan orang lain sebagaimana yang ia inginkan dan bukan sebagaimana adanya, terlebih kepada harapan dan cita-cita. Harapan dan cita-cita yang tidak realistik ini akan menimbulkan emosi dan kekecewaan pada remaja tersebut apabila tidak dapat terwujud.

h. Masa remaja sebagai ambang masa dewasa

Semakin mendekatnya usia kematangan, para remaja menjadi gelisah untuk meninggalkan stereotip belasan tahun dan untuk memberikan kesan bahwa mereka sudah hampir dewasa. Berpakaian dan bertindak seperti orang dewasa ternyata belum cukup, remaja mulai memusatkan diri pada perilaku yang dihubungkan dengan status dewasa,

dengan begitu mereka menganggap bahwa perilaku ini akan memberikan citra yang mereka inginkan (Hurlock, 1999:209).

3. Perkembangan Remaja

Masa remaja ditandai dengan terjadinya berbagai proses perkembangan yang secara global meliputi perkembangan jasmani dan rohani. Perkembangan jasmani terlihat dari perubahan-perubahan bentuk tubuh dari kecil menjadi besar, sedangkan pada perkembangan rohani dapat terlihat dari emosi, sikap, dan juga intelektual.

Perkembangan yang dialami pada masa remaja adalah:

a. Perkembangan fisik

Menurut Hurlock (1999:210) perkembangan fisik pada masa remaja mengarah pada pencapaian bentuk-bentuk badan orang dewasa. Perkembangan fisik terlihat jelas dari perubahan tinggi badan, bentuk badan, dan berkembangnya otot-otot tubuh.

b. Perkembangan seksual

Perkembangan seksual ditandai dengan munculnya tanda-tanda kelamin primer dan sekunder.

c. Perkembangan heteroseksual

Pada masa ini remaja mulai timbul rasa ketertarikan terhadap lawan jenis.

d. Perkembangan emosional

Pada perkembangan emosional remaja, keadaan emosional pada masa remaja belum stabil.

e. Perkembangan kognisi.

f. Perkembangan identitas diri.

4. Perilaku Konsumtif Pada Masa Remaja

Tambunan (2001:1), mengemukakan bahwa remaja sebagai salah satu kelompok konsumen seringkali menjadi sasaran iklan berbagai macam produk dan jasa. Hal ini dikarenakan pada usia tersebut remaja mulai sadar akan penampilan dirinya dan pandangan penerimaan sosial. Sehingga kehidupan sehari-hari remaja mengarah pada pola konsumtif.

Bagi produsen kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial, alasannya antara lain bukan saja karena pola konsumtif seseorang terbentuk pada usia remaja, tetapi disamping itu biasanya remaja mudah untuk terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan dan cenderung boros. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja Tambunan (2001:1).

Menurut Munandar (2001:431), ciri-ciri dari kelompok konsumen remaja yang menimbulkan perilaku konsumtif itu adalah:

a. Remaja amat terpengaruh oleh rayuan penjual dan adanya iklan yang ditayangkan.

- b. Remaja menyukai jenis-jenis barang yang unik dan menarik yang sedang trend pada saat itu (aksesoris, pakaian, sepatu, tas, dan sebagainya).
- c. Tidak bersikap hemat (boros).
- d. Kurang realistis dalam membeli.

D. Hubungan Perilaku Konsumtif Terhadap Aksesoris Dengan Kepercayaan Diri

Menurut Tambunan (2001:1), perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Perilaku konsumtif disini lebih ditunjukkan pada pembelian aksesoris terhadap remaja. Remaja menganggap bahwa gaya dan pernak-pernik (aksesoris) yang mereka pakai sangat menunjang penampilan mereka dan menimbulkan rasa percaya diri didalam diri remaja tersebut. Tingkat kepercayaan diri remaja akan menjadi tinggi apabila remaja telah mengikuti mode yang sedang trend pada saat itu. Dan cenderung merasa minder apabila remaja tidak mengikuti mode yang sedang trend pada saat itu, atau disebut ketinggalan gaya (Tambunan,2001:2). Selain itu remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dan berusaha menjadi bagian dari lingkungan tersebut. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan teman sebaya menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang beredar, khususnya pada pembelian aksesoris.

Hal ini juga didukung oleh pendapat Inggrid (2009:1) yang mengatakan bahwa salah satu cara untuk menimbulkan rasa percaya diri adalah dengan

menggunakan simbol status, bisa dalam bentuk pakaian yang dipakai, aksesoris yang digunakan, serta barang-barang yang mudah terlihat. Dengan cara ini remaja berharap agar dipandang sebagai individu yang berharga.

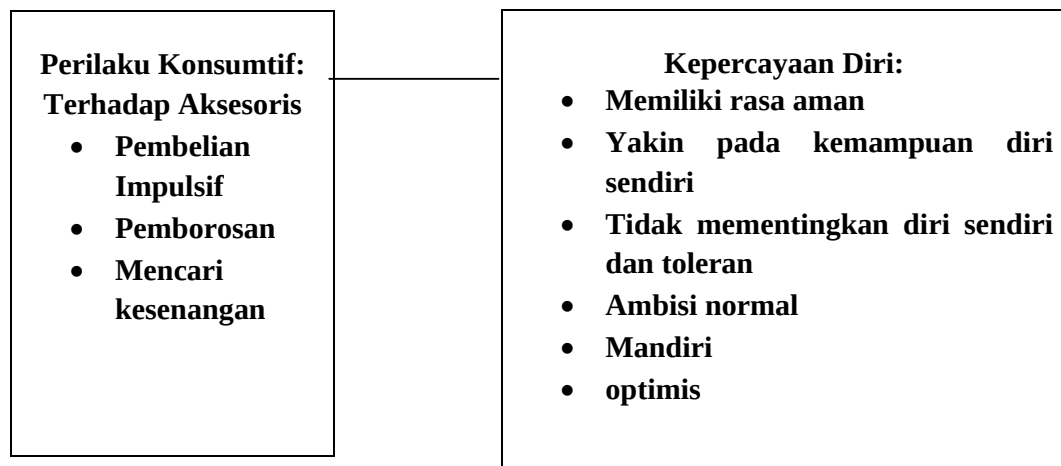
Tambunan (2001:2) menyatakan bahwa remaja melakukan perilaku konsumtif untuk memperoleh pengakuan sosial, dimana remaja dalam membelanjakan uangnya tidak digunakan secara efisien dan tidak berdasarkan kebutuhan. Pada masa remaja penampilan secara fisik dan cara berpenampilan sangat erat kaitannya dengan penilaian sosial yang berhubungan dengan rasa percaya diri seorang remaja. Oleh karena itu remaja sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik mereka yang labil dan mudah dipengaruhi oleh produsen sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar.

Adanya perilaku konsumtif terhadap pembelian aksesoris ini membuat para remaja merasa lebih percaya diri dan merasa bahwa dirinya telah mengikuti trend pada saat itu serta menganggap dirinya sebagai remaja yang gaul, meskipun barang-barang yang mereka beli tersebut tidak ada manfaatnya dan sudah banyak dimiliki sebelumnya. Akan tetapi untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka, aksesoris merupakan sesuatu barang yang dianggap bisa menjadi kompensasi dari timbulnya rasa percaya diri. Sehingga para remaja terus membeli dan mengikuti perkembangan trend pada saat itu terutama pembelian pada aksesoris, yang mana nantinya akan muncul perilaku konsumtif Ingrid (2009:1).

E. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian teori di atas maka hipotesis penelitian pada penelitian ini adalah: bahwa terdapat hubungan antara perilaku konsumtif terhadap aksesoris dengan kepercayaan diri pada remaja putri.

F. Kerangka Konseptual



Gambar 1
Kerangka Konseptual

Pada kerangka pikir diatas dapat dilihat bahwa remaja melakukan suatu perilaku konsumtif terutama pembelian terhadap aksesoris. Dimana perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk mengkonsumsi barang ataupun jasa yang tidak diperlukan secara berlebihan yang tidak rasional lagi. Perilaku ini lebih banyak dipengaruhi oleh nafsu yang semata-mata hanya untuk memuaskan kesenangan dan keinginan dari pada mementingkan pada kebutuhan.

Remaja menganggap bahwa gaya dan pernak-pernik (aksesoris) yang mereka pakai sangat menunjang penampilan mereka dan menimbulkan rasa percaya diri didalam diri remaja tersebut. Tingkat kepercayaan diri remaja akan menjadi tinggi apabila remaja telah mengikuti mode yang sedang trend pada saat itu. Dan cenderung merasa minder apabila remaja tidak mengikuti mode yang sedang trend pada saat itu, atau disebut ketinggalan gaya (Tambunan, 2001:2). Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa salah satu alasan mengapa remaja berperilaku konsumtif terhadap aksesoris ini adalah untuk menunjang penampilannya agar para remaja merasa percaya diri ketika berinteraksi dengan lingkungan sosialnya ataupun dengan teman sebaya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian hipotesis mengenai hubungan antara perilaku konsumtif dengan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri SMK II Kosgoro Padang dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat perilaku konsumtif remaja putri SMK II Kosgoro Padang secara umum menggambarkan bahwa terdapat 0% remaja putri memiliki skor perilaku konsumtif sangat rendah, 14% remaja putri memiliki skor perilaku konsumtif rendah, 23% remaja putri memiliki skor perilaku konsumtif sedang, 0% remaja putri memiliki skor perilaku konsumtif tinggi, dan 0% remaja putri memiliki skor perilaku konsumtif sangat tinggi. Jadi dapat dikatakan bahwa secara umum subjek penelitian memiliki skor perilaku konsumtif yang sedang.
2. Tingkat kepercayaan diri remaja putri SMK II Kosgoro Padang dapat digambarkan sebagai berikut, terdapat 0% remaja putri memiliki skor kepercayaan diri sangat rendah, 6% remaja putri memiliki skor kepercayaan diri rendah, 6% remaja putri memiliki skor kepercayaan diri sedang, 14% remaja putri memiliki skor kepercayaan diri tinggi, dan 11% remaja putri memiliki skor kepercayaan diri sangat tinggi. Jadi dapat dikatakan bahwa secara umum subjek penelitian memiliki skor kepercayaan diri yang tinggi.

3. Terdapat hubungan yang positif antara perilaku konsumtif dengan tingkat kepercayaan diri pada remaja putri SMK II Kosgoro Padang dengan korelasi $r = .482$, $p = .003$ ($p < .01$). Ini berarti bahwa semakin tinggi perilaku konsumtif remaja putri maka semakin tinggi tingkat kepercayaan diri yang dialami oleh remaja putri tersebut, begitu juga dengan sebaliknya semakin rendah tingkat perilaku konsumtif remaja putri maka semakin rendah tingkat kepercayaan diri yang dialami oleh remaja putri tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif memiliki kontribusi sebesar 48,2% dalam tingkat kepercayaan diri yang dialami oleh remaja putri SMK II Kosgoro Padang, dan selebihnya ada faktor-faktor lain yang menentukan penurunan tingkat kepercayaan diri yang dialami oleh remaja putri tersebut.

B. Saran

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Bagi para remaja putri diharapkan agar mampu mengembangkan dan meningkatkan rasa kepercayaan diri dengan tidak hanya berperilaku konsumtif terhadap aksesoris. Hal ini disebabkan karena banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri selain dengan cara membeli aksesoris yang berlebihan dan tidak ada manfaatnya. Jika para remaja putri tetap ingin menggunakan aksesoris untuk meningkatkan kepercayaan diri maka gunakanlah aksesoris yang telah dimiliki, dan

apabila ingin membeli aksesoris lagi, maka belilah dengan cara yang tidak berlebihan dan tetap mengutamakan kebutuhan yang paling penting.

2. Bagi orangtua sebaiknya membantu mengarahkan dan membimbing anak perempuannya untuk menyadari bahwa kepercayaan diri tidak hanya terbentuk karena memakai aksesoris yang berlebihan, tetapi banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan rasa kepercayaan diri. Salah satunya adalah mengembangkan bakat dan minat yang dimiliki.
3. Bagi wali kelas dan guru BK diharapkan dapat terus membimbing para siswi dengan melakukan diskusi bersama mengenai hal-hal apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan terhadap diri sendiri selain beorientasi pada penampilan fisik.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang ingin melanjutkan penelitian ini diharapkan untuk lebih memperdalam dan memperluas batasan masalah yang akan diteliti sehingga diperoleh hasil yang lebih lengkap. Penelitian ini dapat dilanjutkan dengan melihat aspek-aspek yang lain seperti konformitas, harga diri, dan sebagainya.

- Munandar, A.S. (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Paul J Centi. (1993). *Mengapa Rendah Diri*. Yogyakarta: Kanisius.
- Puji Astuti, & Ira Puspitawati. (2008). "Sikap Remaja Putri Dalam Pembelian Barang Kosmetik Secara Konsumtif". *Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma*. Diakses pada tanggal 19 Februari 2011 dari [http://www.gunadarma.ac.id/library/jurnal/graduate/psychology/2008/Jurnal 10502073. Pdf](http://www.gunadarma.ac.id/library/jurnal/graduate/psychology/2008/Jurnal%2010502073.Pdf).
- Ros Taylor. (2006). *Mengembangkan Kepercayaan Diri*. Jakarta: Esensi Erlangga Group.
- Saifuddin, Azwar. (2007). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- . (1996). *Tes Prestasi, Fungsi dan Pengembangan Pengukuran Prestasi Belajar*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Santrock, Jhon W. (2003). *Adolensce (Perkembangan Remaja)*. Jakarta: Erlangga.
- . (1995). *Life - Span Development Perkembangan Masa Hidup* (Edisi ke 5 jilid 2). Jakarta: Erlangga.
- Sarwono. (1994). *Iklan televisi dan perilaku konsumtif remaja di perkotaan*. [www. suara pembaruan. com/news](http://www.suara-pembaruan.com/news). Diakses 25 September 2010.
- . (2003). *Psikologi remaja (edisi revisi)*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2004). *Perilaku konsumen*. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa: Drs. Zulkifli Kasif. Jakarta: Indeks.
- Sumadi, Suryabrata. (2005). *Pengembangan Alat Ukur Psikologis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Cv. Alfabeta.
- Suyasa, P & Fransisca. (2005). *Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran*. *Jurnal*, vol.7, no. 2, 172-198.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. *Jurnal Psikologi dan Masyarakat*. <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>.
- Tulus, Winarsunu. (2002). *Statistik (Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan)*. Malang: UMM Press.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Muri Yusuf. (2005). *Metodologi Penelitian*. Padang : UNP Press.
- Ach, Syaifullah. (2010). *Tips Bisa Percaya Diri*. Jogjakarta : Garailmu.
- Andi, Mappiare. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya : Usaha Nasional.
- Anthony, R. (1992). *Rahasia Membangun Kepercayaan Diri* (penerjemah Rita Waryani). Jakarta : Bina Rupa.
- Zakiah, Daradjat. (1990). *Kesehatan Mental*. Jakarta: CV. Haji Masagung.
- Eka, Sabirin. (2005). *Kenapa Remaja Doyan Berbelanja?* www. Kompas. com. Diakses 20 Oktober 2010.
- Enung, Fatimah. (2006). *Psikologi Perkembangan (Perkembangan Peserta Didik)*. Pustaka Setia : Bandung.
- Fakultas Psikologi Universitas Putra Indonesia YPTK. (2009). *Psycho 165 Journal*. Volume 03, no.1, halaman 16-24.
- Hurlock, E. B. (1995). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*, edisi kelima. Jakarta : Erlangga.
- (1999). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*. Jakarta : Erlangga.
- Lauster, P. (2000). *Tes Kepribadian* (penerjemah : D.H Gulo). Jakarta : PT Gramedia Pustaka.
- Lina & Rosyid, H.F. (1997). *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja Putri*. Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi. No 63 Tahun XI, halaman 5-13.
- Mahdalela. (1998). Peran intensitas interaksi dengan teman di lingkungan pergaulan sekolah terhadap sikap konsumtif. *Jurnal Psikologika*. 39-47.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2005). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Martin Perry. (2005). *Confidence Boosters*. Alih Bahasa: Aditya Suharmoko. Jakarta: Esensi Erlangga Group.