

BAB IV

LAPORAN PENELITIAN

A. Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kancan Penelitian

Persiapan penelitian yang dilakukan untuk melaksanakan penelitian ini dimulai dengan permohonan ijin penelitian dari pihak Fakultas Psikologi UII, kemudian ke Bappeda DIY dan diteruskan ke Kanwil Pendidikan dan Kebudayaan, baru kemudian ijin mengambil data di SMU N 7 Yogyakarta.

Pengambilan data penelitian dilakukan di SMU N 7 Yogyakarta yang beralamatkan di Jalan MT. Haryono No. 47 Yogyakarta. Subjek penelitian ini adalah pelajar muslim, berusia 15-17 tahun, kelas I SMU N 7 Yogyakarta. Khusus kelas I yang dijadikan subjek *try out* dan subjek penelitian, siswanya berjumlah 240 siswa yang terbagi dalam 6 kelas.

SMU N 7 Yogyakarta berdiri pada tanggal 1 Juli 1983 yang juga ditandai dengan sengkalan "Seki Ciptaning Kusuma Jati." **Seki** melambangkan angka 3, **Cipta** melambangkan angka 8, **Kusuma** melambangkan angka 9, dan **Jati** melambangkan angka 1. Sengkalan ini menunjukkan tahun berdirinya SMU N 7 Yogyakarta. Sengkalan ini juga mengandung makna filosofis "Jayalah Pikiran Angkatan Muda Sejati", yang merupakan almamater SMU N 7 Yogyakarta, yaitu mendidik, menggembleng dan membina generasi muda penerus perjuangan bangsa.

Sekarang ini SMU N 7 Yogyakarta dipimpin oleh Drs. Panut sebagai kepala sekolah dan dibantu empat orang wakil kepala sekolah dalam bidang Kesiswaan, Kurikulum, Sarana dan Prasarana dan bidang Kerjasama Masyarakat dan memiliki 32 pengajar tetap dan 20 orang pengajar tidak tetap dan karyawan sebanyak 13 orang.

SMU N 7 Yogyakarta merupakan salah satu SMU favorit di Yogyakarta, standar NEM untuk masuk sekolah ini dari tahun ke tahun terus meningkat. Perkembangan SMU 7 Yogyakarta sejak berdirinya sampai dengan tahun 1999 ini bila dilihat dari segi fisik maupun non-fisik ternyata berkembang pesat. Perkembangan non fisik antara lain berupa :

1. Meningkatnya disiplin siswa, guru dan karyawan.
2. Semakin lancarnya kegiatan belajar mengajar.
3. Semakin bertambah banyaknya kegiatan ekstrakurikuler.
4. Semakin banyaknya lulusan SMU N 7 yang diterima di Perguruan Tinggi Negeri.

Perkembangan fisik berupa sarana dan prasarana meliputi ruang dan siswa, berikut ini deskripsi jumlah ruang dan jumlah siswa :

Tabel 2.
Deskripsi Jumlah Ruang

Jenis Ruang	Jumlah
1. Ruang Teori Belajar	18 buah
2. Ruang Perpustakaan	1 buah
3. Ruang Laboratorium Kimia	1 buah
4. Ruang Laboratorium Fisika	1 buah
5. Ruang Laboratorium Biologi	1 buah
6. Ruang Laboratorium Komputer	1 buah
7. Ruang Aula	1 buah

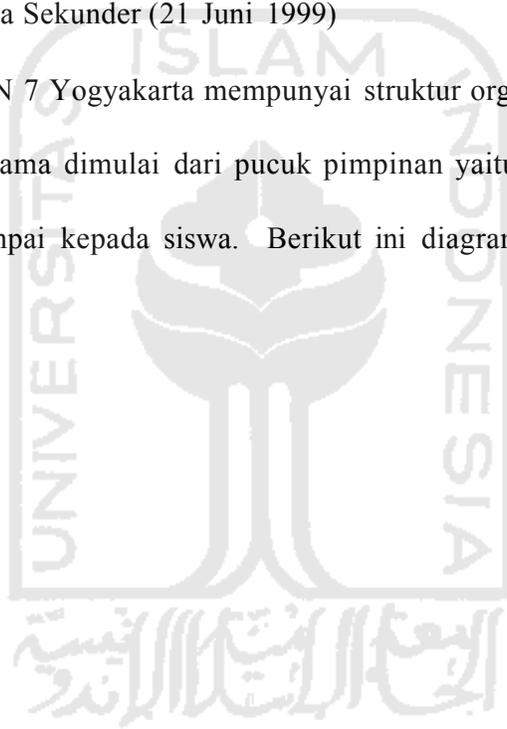
Sumber : Data Sekunder (21 Juni 1999)

Tabel 2.
Deskripsi Jumlah Siswa
Tahun Ajaran 1998/1999

kelas	Jumlah Siswa
1. Kelas I	240 siswa
2. Kelas II	245 siswa
3. Kelas III	239 siswa
Total	724 siswa

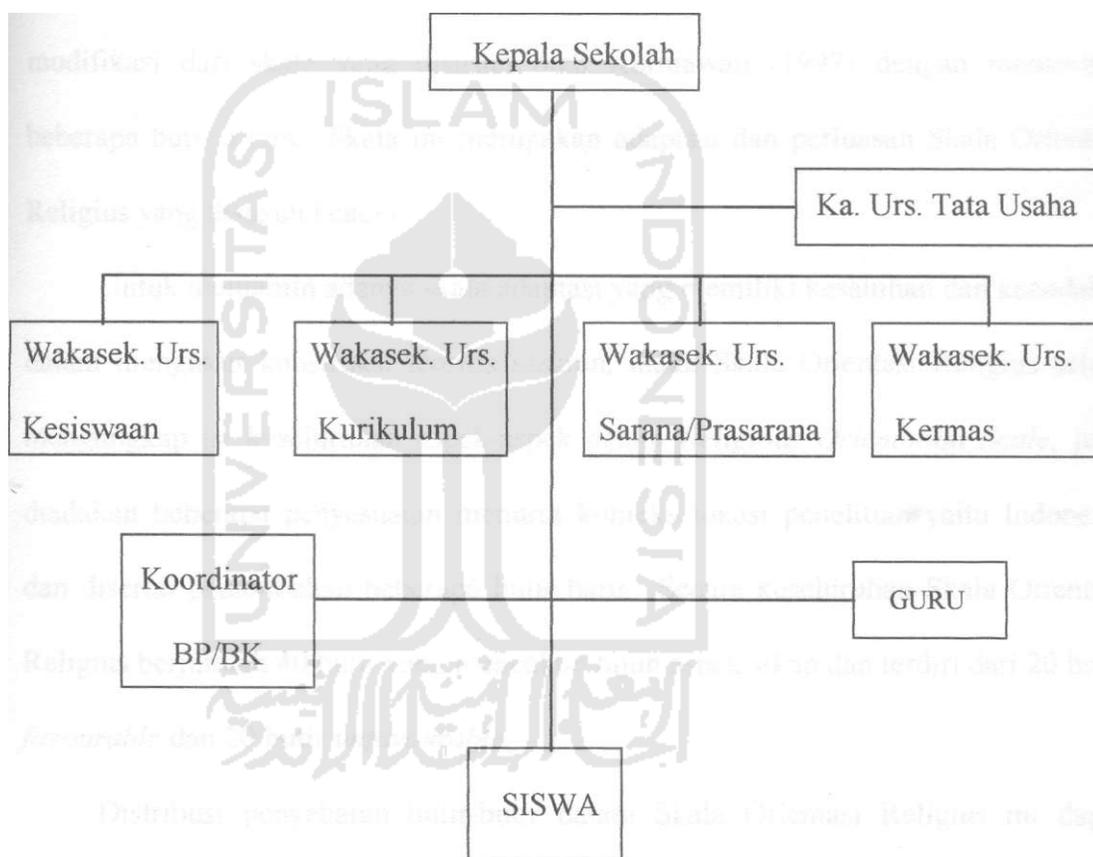
Sumber : Data Sekunder (21 Juni 1999)

SMU N 7 Yogyakarta mempunyai struktur organisasi secara operasional, garis komando pertama dimulai dari pucuk pimpinan yaitu kepala sekolah dan diteruskan ke bawah sampai kepada siswa. Berikut ini diagram struktur organisasi SMU N 7 Yogyakarta:



DEPARTEMEN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
KANTOR WILAYAH PROPINSIDAERAHISTIMEWA YOGYAKARTA
SMU NEGERI7 YOGYAKARTA

Struktur Organisasi Sekolah



Keterangan :

	Garis Komando
Ka. Urs	Kepala Urusan
Wakasek	Wakil Kepala Sekolah
Urs	Urusan
Kermas	Kerjasama Masyarakat

Sumber : Data Sekunder (21 Juni 1999)

2. Penyusunan Alat Ukur

Alat yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian ini berupa Skala Orientasi Religius dan Skala Sikap Konsumtif.

a. Skala Orientasi Religius

Skala Orientasi Religius yang digunakan dalam penelitian ini merupakan modifikasi dari skala yang disusun oleh Kurniawan (1997) dengan menambah beberapa butir aitem. Skala ini merupakan adaptasi dan perluasan Skala Orientasi Religius yang disusun Feagin.

Untuk menjamin adanya skala adaptasi yang memiliki kesahihan dan keandalan dalam mengukur konstruksi teoritis sasaran, maka Skala Orientasi Religius selain mengungkap isi keseluruhan aspek-aspek dalam *Religious Orientation Scale*, juga diadakan beberapa penyesuaian menurut konteks lokasi penelitian yaitu Indonesia dan disertai penambahan beberapa butir baru. Secara keseluruhan Skala Orientasi Religius berjumlah 40 butir yang mencakup tujuh aspek sikap dan terdiri dari 20 butir *favourable* dan 20 butir *unfavourable*.

Distribusi penyebaran butir-butir dalam Skala Orientasi Religius ini dapat dilihat selengkapnya pada tabel 2.

Tabel 4.
Penyebaran Aitem Skala Orientasi Religius

Aspek Sikap	Nomor Aitem		Jumlah
	Favourable	Unfavourable	
1. Personal vs Institusional	8,14,29	19,25,32	6
2. Unselfish vs Selfish	17,26,27	7,23,36	6
3. Relevansi Terhadap Seluruh Kehidupan	3,11,16	6,28,39	6
4. Kepenuhan Penghayatan Keyakinan	13,21,22	30,34,40	6

5. Pokok vs Instrumental	10,20,24	1,15,38	6
6. Asosiasional vs Komunal	5,35	12,18	4
7. Keteraturan Penjagaan Perkembangan Iman	2,4,33	9,31,37	6
Total Aitem	20	20	40

Sumber : Data Primer

b. Skala Sikap Konsumtif

Skala Sikap Konsumtif yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil modifikasi dari skala yang disusun oleh Priyohadi (1998). Jumlah keseluruhan skala ini adalah 50 butir aitem yang mencakup ketiga faktor penyebab munculnya sikap konsumtif yang terbagi dalam 32 aitem *favourable* dan 18 aitem *unfavourable*.

Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek berarti semakin tinggi sikap konsumtifnya. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh subjek menunjukkan sikap konsumtifnya rendah.

Distribusi penyebaran butir-butir dalam skala sikap konsumtif ini dapat dilihat selengkapnya pada tabel 3.

Tabel 5.
Penyebaran Aitem Skala Sikap Konsumtif

Aspek Sikap	Nomor Aitem		Jumlah
	Favourable	Unfavourable	
1. Eksternal	1,2,5,8,9,10,12,18,20,32,40,44,45,46,50	14,27	17
2. Internal	22,25,30,33,35,37,39,48	3,6,7,11,16,17,23,36,41	17
3. Proses Psikologis	4,13,15,19,26,29,31,38,42	21,24,28,34,43,47,49	16
Jumlah	32	18	50

Sumber : Data Primer

3. Hasil Uji Coba Alat Ukur

Uji coba (*try out*) kedua skala ini dilakukan pada pelajar muslim kelas I C, IE dan I F di SMU N 7 Yogyakarta pada tanggal 21 Juni 1999. Subjek yang terlibat dalam uji coba ini berjumlah 81 pelajar muslim. Pelajar non-muslim dalam kelas uji coba ini berjumlah 39 diikutsertakan dalam uji coba ini, tetapi tidak diperhitungkan dalam analisis statistik. Data yang diperoleh dipergunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas butir-butir aitem kedua skala tersebut.

- a. Skala Orientasi Religius. Hasil analisis butir aitem Skala Orientasi Religius menunjukkan bahwa dari 40 butir aitem yang diujicobakan, 30 butir aitem valid atau sah dan 10 butir aitem gugur yaitu aitem nomor 1, 5, 19, 27, 28, 30, 32, 34, 39, dan 40. Dari 30 butir-butir aitem yang sah, koefisien validitasnya bergerak antara 0,320-0,571 dan koefisien reliabilitasnya adalah 0,8587.

Berikut ini adalah penyebaran aitem Skala Orientasi Religius setelah *try out*:

Tabel 6.
Penyebaran Butir-Butir Aitem Yang Valid
Skala Orientasi Religius

Aspek Sikap	Nomor Aitem		Jumlah
	Favourable	Unfavourable	
1. Personal vs Institusional	6,12, 24	22	4
2. Unselfish vs Selfish	15,23	5, 20,28	5
3. Relevansi Terhadap Seluruh Kehidupan	2, 9, 14	4	4
4. Kepenuhan Penghayatan Keyakinan	11,18,19	.	3
5. Pokok vs Instrumental	8, 17,21	13,30	5
6. Asosiasional vs Komunal	27	10,16	3
7. Keteraturan Penjagaan Perkembangan Iman	1,3, 26	7, 25, 29	6
Total Aitem	18	12	30

Sumber : Data Primer

- b. Skala Sikap Konsumtif. Hasil analisis butir Skala Sikap Konsumtif memperlihatkan bahwa dari 50 butir aitem yang diujicobakan, 46 aitem valid dan 4 butir aitem gugur yaitu no 35, 46, 47, dan 50. Koefisien validitas bergerak antara 0.300-0,664 dan koefisien reliabilitasnya adalah 0,9277.

Berikut ini adalah penyebaran butir-butir valid Skala Sikap Konsumtif:

Tabel 7.
Penyebaran Butir-Butir Aitem Yang Valid
Skala Sikap Konsumtif

Aspek Sikap	Nomor Aitem		Jumlah
	Favourable	Unfavourable	
1. Eksternal	1,2,5,8,9,10,12,18,20, 32,39,43,44	14,27	15
2. Internal	22,25,30,33,36, 38,45	3,6,7,11,16,17,23, 35,40	16
3. Proses Psikologis	4,13,15,19,26,29,31, 37,41	21,24,28,34,42,46	15
Jumlah	29	17	46

Sumber : Data Primer

B. Pelaksanaan Penelitian

Pengambilan data penelitian dilakukan pada hari Kamis tanggal 24 Juni 1999 di SMU N 7 Yogyakarta. Subjek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelajar muslim berusia 15-17 tahun dari kelas 1 A, I B, dan I D. Jumlah subjek seluruhnya adalah 120 orang, sementara 3 pelajar non-muslim tetap diikutsertakan dalam penelitian ini tetapi tidak diperhitungkan dalam analisis statistik sehingga subjek penelitian ini berjumlah 117 pelajar muslim.

Pelaksanaan pengambilan data dilakukan dengan mengambil jam mata pelajaran Seni Rupa untuk semua kelas yaitu kelas I A, I B dan I D. Waktu yang dibutuhkan untuk mengisi kedua skala tersebut adalah 45 menit.

C. Analisis Data Dan Hasil Penelitian

Setelah semua data penelitian yang telah terkumpul diskor dan ditabulasi, dilakukan analisis data untuk menguji hipotesis. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan dua model yaitu korelasi *product moment* dan uji t (*t- test for independent samples*).

Keseluruhan komputasi data dilakukan dengan menggunakan fasilitas komputer SPSS 6.0 (*Statistical Program for Social Science version 6.0*).

Sebelum masuk pada analisis data ada dua asumsi yang harus dipenuhi dalam analisis varians yaitu normalitas sebaran dan homogenitas varian dari masing-masing variabel. Untuk itu dilakukan uji asumsi dengan fasilitas SPSS 6.0 (*Statistical Program for Social Science version 6.0*).

1. Uji Asumsi

Uji asumsi normalitas sebaran menunjukkan bahwa penyebaran skor pada kedua skala mengikuti distribusi normal. Penyebaran skor pada Skala Orientasi Religius mengikuti distribusi normal dengan angka K-S Z sebesar 0,9250 ($p > 0,01$). Demikian halnya dengan Skala Sikap Konsumtif penyebaran skornya mengikuti

distribusi normal dengan angka K-S Z sebesar 0,7253 ($p > 0,01$). Berikut ini rangkuman hasil uji normalitas dengan uji Kolmogorov Smirnov :

Tabel 8.
Kolmogorov - Smirnov Goodness of Fit Test

Variabel	Absolute	Positive	Negative	K-SZ	2 Tailed P
Orientasi Religius	0,08551	0,08551	-0,08438	0,9250	0,3592
Sikap Konsumtif	0,06705	0,03686	-0,06705	0,7253	0,6688

Sumber : Data Primer

Uji asumsi homogenitas dengan Uji Levene dalam prosedur anava 1 jalur memperlihatkan bahwa kedua variabel relatif homogen. Berikut rangkuman hasil uji homogenitas :

Tabel 9.
Levene Test For Homogeneity of Variances

Variabel	Statistik	df1	df2	2-tail sig	Status
Orientasi Religius	0,2769	1	115	0,600	Homogen
Sikap Konsumtif	0,1532	1	115	0,696	Homogen

Sumber: Data Primer

2. Hasil Penelitian

Peneliti menetapkan kriteria kategorisasi untuk mendapatkan informasi mengenai keadaan kelompok subjek pada variabel yang diteliti. Cara ini didasari suatu asumsi bahwa skor populasi subjek terdistribusi secara normal.

Menurut Azwar (1993) kriteria kategorisasi dapat digunakan sebagai acuan dalam mengelompokkan keadaan subjek sewaktu data empiris telah diperoleh dari lapangan. Kategori ini dapat dibagi sesuai dengan tingkat differensiasi yang dikehendaki, tetapi semua itu ditetapkan lebih dahulu batasannya berdasarkan satuan

deviasi standar dengan memperhitungkan rentangan angka minimum dan maksimum teoritisnya.

Dalam analisis ini, peneliti membagi kriteria kategori menjadi 5 yaitu sebagai berikut:

1. Sangat Tinggi dengan skor $> m + 1,5 s$
2. Tinggi dengan skor $m + 0,5 s < x < m + 1,5 s$
3. Sedang dengan skor $m - 0,5 s < x < m + 0,5 s$
4. Rendah dengan skor $m - 0,5 s < x < m + 0,5 s$
5. Sangat Rendah dengan skor $< m - 1,5 s$

Keterangan : m = mean teoritis

s = deviasi standar

a. Skala Orientasi Religius

Skala Orientasi Religius ini terdiri dari 30 aitem dan diberi skor minimum 1 dan skor maksimum 4. Rentang minimum-maksimumnya adalah 30 - 120 dengan jarak sebaran sebesar 90. Dengan demikian setiap satuan deviasi standarnya bernilai $s = 15$, sedangkan mean teoritisnya adalah $m = 75$ dan mean empirisnya sebesar $M = 92,598$.

Dengan pembagian kriteria kategori ini, maka diperoleh kategori dengan skor sebagai berikut:

Tabel 10.
Kriteria Kategori
Skala Orientasi Religius

Kategori	Skor
Sangat Tinggi	$>97,5$
Tinggi	$82,5 < x < 97,5$

Sedang	$67,5 < x < 82,5$
Rendah	$52,5 < x < 67,5$
Sangat Rendah	$< 52,5$

Sumber: Data Primer

Setelah mendapat kriteria tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian yang mempunyai mean empirik sebesar $M = 92,598$ termasuk dalam kategori tinggi sehingga dapat didiagnosis bahwa subjek penelitian memiliki orientasi religius yang tinggi dan mengarah ke tipe orientasi religius intrinsik.

b. Skala Sikap Konsumtif

Skala Sikap Konsumtif ini terdiri dari 46 aitem dan diberi skor minimum 1 dan skor maksimum 4. Rentang minimum-maksimumnya adalah 46 - 184 dengan jarak sebaran sebesar 138. Dengan demikian setiap satuan deviasi standarnya bernilai $s = 23$, sedangkan mean teoritisnya adalah $m = 115$ dan mean empirisnya sebesar $M = 92,820$.

Dengan pembagian kriteria kategori ini, maka diperoleh kategori dengan skor sebagai berikut:

Tabel 11.
Kriteria Kategori
Skala Sikap Konsumtif

Kategori	Skor
Sangat Tinggi	$> 149,5$
Tinggi	$126,5 < x < 149,5$
Sedang	$103,5 < x < 126,5$
Rendah	$80,5 < x < 103,5$
Sangat Rendah	$< 80,5$

Sumber : Data Primer

Setelah mendapat kriteria tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa subjek penelitian yang mempunyai mean empirik sebesar $M = 92,820$ termasuk dalam kategori rendah sehingga dapat didiagnosis bahwa subjek penelitian memiliki Sikap Konsumtif yang relatif rendah.

Hasil analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis statistik dengan korelasi *product moment* menunjukkan koefisien r sebesar $-0,5602$ ($p < 0,01$).
2. Sedangkan uji t menunjukkan koefisien t senilai $-2,72$ ($p < 0,01$) dengan mean empirik pada masing-masing jenis kelamin yaitu sebesar $M = 89,258$ untuk laki-laki dan $M = 96,322$ untuk perempuan. Berikut ini rangkuman analisis statistik dengan uji t :

Tabel 12.
t- test for independent samples o/Jenis Kelamin

Variabel	Subjek	Mean	SD	SE of Mean
Laki-Laki	58	89,2586	13,647	1,792
Perempuan	59	96,3220	14,408	1,876

Sumber: Data Primer

t test for equality of mean

Variances	t- value	DF	2 tail Sig
Equal	-2,72	115	0.008

Sumber : Data Primer' •

Dengan hasil ini dapat dilihat bahwa mean empiris perempuan lebih tinggi daripada mean empiris laki-laki, dan mean empiris perempuan maupun laki-laki berada di bawah mean teoritis.

Berdasarkan hasil analisis statistik yang dihasilkan tersebut di atas,

interpretasi hasil penelitian yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Ada hubungan negatif antara orientasi religius intrinsik dengan sikap konsumtif. Sumbangan efektif yang diberikan oleh orientasi religius terhadap sikap konsumtif adalah sebesar 31,38%.
2. Ada perbedaan yang sangat signifikan pada sikap konsumtif antara remaja laki-laki dan perempuan pada pelajar muslim SMU N 7 Yogyakarta. Remaja perempuan lebih tinggi sikap konsumtifnya daripada remaja laki-laki. Hal ini Sumbangan efektif yang diberikan oleh perbedaan jenis kelamin terhadap sikap konsumtif adalah sebesar 6 %.

D. Pembahasan

Hasil analisis data menunjukkan bahwa dari kedua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Hipotesis pertama yang menyebutkan ada hubungan negatif antara orientasi religius intrinsik dengan sikap konsumtif pada remaja terbukti. Ini menunjukkan bahwa orientasi religius intrinsik mempengaruhi sikap konsumtif pada remaja. Pengaruh orientasi religius terhadap sikap konsumtif menunjukkan bahwa seseorang yang memiliki orientasi religius intrinsik maka semakin rendah sikap konsumtifnya, sebaliknya seseorang yang memiliki orientasi religius ekstrinsik, semakin tinggi sikap konsumtifnya. Ini berarti tinggi rendahnya orientasi religius mampu menjadi salah satu prediktor bagi tinggi rendahnya sikap konsumtif.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya dari Aller dan Gawin (Kurniawan, 1997) menemukan bahwa orientasi religius intrinsik memiliki korelasi

positif dengan beberapa aspek kepribadian seperti kemampuan sosial, tanggung jawab, kematangan sosial, toleransi, keberhasilan penyesuaian diri, sikap tenang dan spontan, perasaan senang, dan efisiensi intelektual dan kualitas yang mendasari terbentuknya status diri. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa subjek yang memiliki orientasi religius tipe intrinsik mempunyai kepribadian yang matang, bertanggungjawab dan dapat mengendalikan diri sehingga meskipun arus pola hidup konsumtif mulai merebak saat ini, individu tersebut tidak mudah terpengaruh dan dapat mengendalikan diri dengan baik, hal ini disebabkan oleh kematangan kepribadiannya tersebut.

Penelitian Ancok dkk (Kurniawan, 1997) menunjukkan bahwa religiusitas remaja dan kegiatan mereka dalam aktivitas keagamaan memiliki pengaruh yang cukup berarti terhadap kepribadiannya, semakin tinggi religiusitas remaja dan semakin aktif dalam kegiatan keagamaan, semakin baik pula kepribadiannya. Oleh karena itu kegiatan keagamaan di lingkungan sekolah maupun keluarga perlu dijaga dan ditingkatkan karena dengan semakin tinggi aktivitas keagamaan yang ada dapat membentuk kepribadian yang semakin baik pada remaja, sehingga kontrol diri remaja semakin baik pula dan dapat merespon perubahan sosial dengan penuh rasa tanggung jawab.

Hasil penelitian ini juga mendukung teori Hirschman (Engel dkk, 1990), bahwa konsumen yang makin mengidentifikasikan diri dengan agama yang dianutnya, maka semakin besar kemungkinan terkena pengaruhnya. Agama meletakkan dasar pengertian dan konsep moral dalam diri seseorang. Konsep moral dari agama sangat menentukan sistem kepercayaan, sehingga seringkali ajaran moral

dari agama inilah yang menjadi determinan tunggal yang menentukan sikap (Azwar, 1995).

Menurut Daradjat (1978), keyakinan beragama menjadi bagian integral dari kepribadian seseorang. Keyakinan itu akan mengawasi segala tindakan, perkataan, bahkan perasaannya. Pada saat seseorang tertarik pada sesuatu yang tampaknya menyenangkan, maka keimanannya akan cepat bertindak menimbang dan meneliti apakah hal tersebut boleh atau tidak boleh agamanya. Dalam hal ini remaja yang mendasarkan perilakunya pada konsep ajaran agama akan bertindak sesuai dengan agamanya karena dengan adanya keyakinan itu akan mengawasi segala tindakannya. Ketika seseorang dihadapkan pada tawaran yang menggiurkan tentang suatu produk baik itu melalui iklan atau secara langsung dan memunculkan perasaan senang maka keimanannya akan cepat bertindak menimbang dan meneliti apakah hal tersebut boleh atau tidak boleh agamanya

Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa skor mean empirik variabel orientasi religius pada subjek laki-laki maupun subjek perempuan berada di atas mean teoritisnya. Hal ini menunjukkan bahwa orientasi religius subjek penelitian mempunyai skor orientasi religius yang tinggi dan dapat dikatakan bahwa tipe orientasi religius subjek penelitian adalah tipe intrinsik. Hal ini didukung banyaknya kegiatan keagamaan yang dijalani di lingkungan SMU N 7 Yogyakarta.

Kenyataan ini merupakan hal yang positif sehingga perlu dijaga dan ditingkatkan. Remaja hendaknya dapat menghidupi dan menghayati ajaran agamanya dan mengamalkan nilai-nilai ajaran agama dalam kehidupan sehari-hari, dengan demikian agama bisa digunakan sebagai kontrol dalam mengendalikan diri

dan setiap perilakunya dapat dipertanggungjawabkan.

Dengan melihat relatif pentingnya peranan agama dalam membentuk kepribadian maka diharapkan lingkungan tempat remaja berinteraksi selalu terdapat nuansa keagamaan, lingkungan keluarga dan sekolah hendaknya menciptakan kondisi tersebut.

Agama yang ditanamkan sejak dini dan menjadi bagian dari unsur kepribadiannya, menurut Daradjat (1978) akan cepat bertindak menjadi pengendali diri dalam menghadapi segala keinginan dan dorongan yang timbul. Keyakinan ini akan mengatur sikap dan perilaku seseorang secara otomatis dari dalam. Hal ini berarti bahwa cara seseorang berpikir, bersikap, dan berperilaku tidak dapat dipisahkan dari keyakinannya, karena keyakinan tersebut ada dalam konstruksi kepribadiannya.

Setiap orang tua dituntut untuk memberikan keteladanan yang baik ketika seorang anak mulai tumbuh. Orang tua dituntut untuk menerapkan segala perintah Allah dan Sunnah Rosul-Nya, baik akhlak atau pun perbuatan karena seorang anak akan selalu mengawasi dan memperhatikan apa yang dilakukan oleh orang tuanya. Anak akan merekam seluruh tingkah laku orang tuanya dan menginternalisasikannya menjadi bagian dari dirinya (Hafizh, dalam Kurniawan 1997).

Sumbangan efektif yang diberikan variabel orientasi religius terhadap sikap konsumtif adalah 31,38 %. Ini berarti orientasi religius mempengaruhi tinggi rendahnya sikap konsumtif pada remaja. Mereka yang berorientasi religius intrinsik ini akan berusaha sungguh-sungguh menerapkan ajaran agamanya dalam seluruh aspek kehidupannya. Baik ketika mereka berada di sekolah maupun ketika berada di

lingkungan keluarga maupun ketika mereka berinteraksi dalam masyarakat, menurut Allport dan Ross (Mallony, 1977) melihat agama sebagai *comprehensive commitment* dan *driving integrative motive* yang mengatur dan menggerakkan seluruh aktivitas kehidupannya.

Dari analisis data diperoleh hasil bahwa ada pengaruh perbedaan jenis kelamin terhadap sikap konsumtif remaja, dari penelitian ini menunjukkan bahwa remaja perempuan lebih tinggi sikap konsumtifnya daripada remaja laki-laki.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada perbedaan sikap konsumtif antara remaja laki-laki dan perempuan. Perbedaan laki-laki dan perempuan adalah disebabkan oleh faktor biologis, fisiologis, psikologis dan faktor kebudayaan.

Perempuan mempunyai sifat lebih pasif, emosional, patuh, ingin menghibur, sensitif, menekankan aspek interpersonal, lebih bersifat *comform*, dan lebih mudah terpengaruh, hal ini menyebabkan perempuan lebih mudah terpengaruh untuk berpola hidup konsumtif, sedangkan laki-laki kurang mudah terbawa arus konsumtivisme karena laki-laki lebih tegas, objektif, kompeten, tidak tergantung, inisiatif, berprestasi, dan menyukai suasana kompetitif. Dengan melihat perbedaan sifat dan karakter tersebut terlihat bahwa perempuan lebih tinggi sikap konsumtifnya daripada laki-laki.

Hasil penelitian ini mendukung teori Moschis dan Churchill (1979) yang mengatakan bahwa ada perbedaan perilaku membeli antara laki-laki dan perempuan, laki-laki biasanya mempunyai sikap yang lebih baik terhadap toko, lebih luas pengetahuan tentang masalah konsumennya sedangkan perempuan mempunyai nilai materialistik dan motivasi sosial lebih kuat untuk konsumsi daripada laki-laki.

Di lain pihak laki-laki menunjukkan sikap yang lebih baik terhadap iklan sedangkan perempuan lebih responsif terhadap iklan. Hal ini dapat terlihat dalam kehidupan sehari-hari, sebagian besar pengunjung pusat-pusat perbelanjaan adalah perempuan, demikian juga dengan iklan-iklan yang ditawarkan melalui media TV sebagian besar tokoh iklan adalah perempuan dan sasaran yang dituju oleh pemasaran produk tersebut juga perempuan. Oleh karena itu perempuan merupakan subjek dan juga sebagai objek dalam proses pemasaran suatu produk. Hal ini secara tidak langsung menunjukkan bahwa konsumen perempuan adalah merupakan konsumen yang mudah dipengaruhi.

Kecenderungan perempuan untuk mudah dipengaruhi ini menurut Lindzey (1975) karena penerimaan informasi yang lebih efektif, sebab perempuan umumnya bersifat verbal, lebih memperhatikan dan memahami kata-kata yang diucapkan atau ditulis, hal ini menyebabkan perempuan mudah terpengaruh oleh pola hidup konsumtif.

Penelitian Taylor (dalam Reynolds, dkk, 1973), menunjukkan bahwa remaja perempuan membelanjakan uangnya lebih banyak daripada remaja laki-laki. Hal ini disebabkan karena remaja perempuan lebih mengutamakan penampilan daripada remaja laki-laki, ini didukung dengan hasil penelitian yang dilakukan Reynolds, dkk (1973) bahwa ternyata remaja perempuan usia antara 16 sampai dengan 19 tahun membelanjakan uangnya lebih banyak untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, asesoris dan sepatu.

Hadipranata (dalam Nashori, 1991), mengamati bahwa perempuan mempunyai kecenderungan lebih besar untuk berperilaku konsumtif dibanding laki-

laki. Hal ini disebabkan konsumen perempuan cenderung lebih emosional, sedang konsumen laki-laki lebih nalar. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian bahwa subjek perempuan lebih tinggi sikap konsumtifnya daripada laki-laki, karena dalam menghadapi arus pola hidup konsumtif ini laki-laki bersikap lebih nalar daripada perempuan sedangkan perempuan lebih menanggapi secara emosional, sehingga segala tindakannya tidak dipikir terlebih dahulu secara rasional tetapi lebih mengutamakan pada perasaannya. Akibatnya perempuan akan mudah terbawa arus pola hidup konsumtif di lingkungannya daripada laki-laki.

Dari hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa orientasi religius memberikan sumbangan efektif sebesar 31,38 % dan perbedaan jenis kelamin memberikan pengaruh sebesar 6 % terhadap munculnya sikap konsumtif pada remaja, oleh karena itu masih terdapat faktor lain yang mempengaruhi munculnya sikap konsumtif.

Dalam penelitian ini, aitem-aitem dalam skala sikap konsumtif yang digunakan mempunyai kelemahan yaitu ada beberapa aitem yang cenderung lebih mengungkap perilaku konsumtif daripada sikap konsumtif.