

KESEHATAN SOSIAL – EMOSIONAL (*SOCIAL EMOTIONAL HEALTH*)

DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Program Studi Psikologi Universitas Islam Indonesia
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana S1 Psikologi



Oleh:

Rahmona Hidayati
14320233

PROGRAM STUDI PSIKOLOGI

FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

KESEHATAN SOSIAL – EMOSIONAL (*SOCIAL EMOTIONAL HEALTH*)

DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA

SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Psikologi
Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia
Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Memperoleh Derajat Sarjana S1 Psikologi



Oleh :

RAHMONA HIDAYATI

14320233

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

**KESEHATAN SOSIAL – EMOSIONAL (*SOCIAL EMOTIONAL HEALTH*)
DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana S-1 Psikologi



Mengesahkan,

Program Studi Psikologi

Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya

Universitas Islam Indonesia

Ketua



Mira Aliza Rachmawati, S.Psi., M.Si

Dewan Penguji

1. Rina Mulyati, S.Psi., M.Si., Psikolog
2. Drs. Sumedi P. Nugraha Ph.D., Psikolog
3. Annisa Miranty Nurendra, S.Psi. M.Psi

Three handwritten signatures in black ink, each written over a horizontal line. The signatures are cursive and difficult to read.

HALAMAN PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rahmona Hidayati
No. Mahasiswa : 14320233
Program Studi : Psikologi
Judul : Kesehatan Sosial – Emosional (*Social Emotional Health*)
Dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa

Melalui surat ini saya menyatakan bahwa :

1. Selama melakukan penulisan dan pembuatan laporan penulisan skripsi saya tidak melakukan tindak pelanggaran etika akademik dalam bentuk apapun, seperti penjiplakan, pembuatan skripsi oleh orang lain, atau pelanggaran lain yang bertentangan dengan etika akademik yang dijunjung tinggi Universitas Islam Indonesia. Oleh karena itu, skripsi yang saya buat merupakan karya ilmiah saya sebagai penulis, bukan karya jiplakan atau karya orang lain.
2. Apabila dalam ujian skripsi saya terbukti melanggar etika akademik, maka saya siap menerima sanksi sebagai mana aturan yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.
3. Apabila di kemudian hari, setelah saya lulus dari Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia ditemukan bukti secara meyakinkan bahwa skripsi ini adalah jiplakan atau karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang ditetapkan Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 4 April 2018

Yang menyatakan,



Rahmona Hidayati

HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillah Rabbil'alamin

Segala puji bagi Allah Subhanahu wa Ta'ala atas rahmat dan hidayah-Nya yang selalu menunjukkan jalan yang benar serta memberikan nikmat yang berharga dan tak terhingga sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

Karya ini kupersembahkan untuk:

Alm Bapak Hanafi dan Mama Harmawati, Kedua Kakak Tercinta Rahmatul Hafidzah dan Rahmina Izati, Serta Adik Tercinta Rizky Purnama Sari

Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, doa, dukungan serta ajaran lain yang telah Alm berikan dulu untuk bagaimana bisa menjadi orang yang bertanggung jawab, semoga engkau selalu dalam lindungan syurga-Nya

Terima kasih atas kasih sayang, perhatian, doa dan dukungan yang tiada henti-hentinya kalian berikan kepadaku Mama dan Saudara-saudaraku tercinta

Terima kasih banyak dan mohon maaf atas semua pengorbanan, cinta, kasih sayang, waktu, kesabaran dan semua hal yang tidak bisa diungkapkan lewat kata-kata, dan dengan sangat tulus kusampaikan jasa-jasa kalian tidak akan pernah tergantikan oleh apapun

HALAMAN MOTTO

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Allahuma Yassir Wa La Tu 'Asir

(Ya Allah, permudahkanlah urusanku dan jangan disulitkan)

Rabbisyrah Lii Shadrii Wa Yassir Lii Amrii Waahlul 'Uqadatan Min Lisaanii

Yafqahuu Qaulii

(Ya Tuhanku, lapangkanlah untukku dadaku, dan mudahkanlah untukku urusanku, dan lepasankanlah kekakuan dari lidahku)

QS Thaha 25-28

“If you’re afraid to fail, then you’re probably going to fail”

(Kobe Bryant)

PRAKATA



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh

Alhamdulillah Robbil'aalamiin. Puji syukur kehadiran Allah *Subhanahu Wa Ta'alla*, atas segala rahmat dan karunia-Nya, yang telah memberikan kekuatan, ketabahan, kesabaran, serta kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya sederhana yang berupa skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa selama menjalani proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan berupa bimbingan, dorongan, motivasi, masukan, dan doa yang diperlukan penulis dari mulai persiapan hingga tersusunnya skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih tak terhingga kepada:

1. Bapak Dr.rer.nat, Arief Fahmie, S.Psi., MA., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
2. Ibu Mira Aliza Rachmawati, S.Psi., M.Si selaku Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya yang senantiasa memberikan dukungan bagi seluruh mahasiswa Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya.
3. Ibu Rina Mulyati, S.Psi., M.Si., Psikolog selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa bersabar dan bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, serta memotivasi penulis dengan canda dan tawanya, sehingga penulis dapat mencapai titik ini.

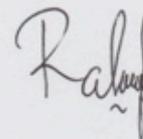
4. Ibu Wanadya Ayu Khrisna Dewi, S.Psi., M.Si., Psikolog selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah mendampingi penulis selama menempuh pendidikan di Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak Drs. Sumedi P. Nugraha Ph.D., Psikolog dan Ibu Annisa Miranty Nurendra, S.Psi. M. Psi selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji, membimbing, dan mengarahkan penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia atas ilmu, pelajaran berharga yang bisa bermanfaat kepada penulis.
7. Bapak H. Hanafi (Alm) dan Ibu Hj. Harmawati. Terimakasih atas semua nasihat, kasih sayang, cinta dan segala apapun yang telah engkau berikan kepada anakmu disetiap doamu. Semoga Allah memberikan balasan yang terbaik untuk kalian berdua.
8. Kedua Kakakku Rahmatul Hafidzah yang selalu memberikan nasihat dan Rahmina Izati yang menjadi kepala keluarga dirumah untuk mendukung masa studi ini, doa dan semangat dari kalian berdua yang telah membuatku bersemangat untuk menyelesaikan studi ini.
9. Adikku Rizky Purnama Sari. Terimakasih atas semangatmu, semoga engkau bisa terus untuk mencapai cita-citamu dimasa depan.
10. Sahabat-sahabatku dari kecil Raudatul dan Lia. Terimakasih atas dukungan, semangat dan doa dari kalian untuk segera menyelesaikan masa studi ini.

11. Sahabat-sahabat, saudara seperjuangan Eva, Peni, Rani, Lhana yang selalu mengisi canda tawa hari-hariku selama di Yogyakarta dan menjadi pendukung dari setiap jalan yang kuambil. Terima kasih atas bantuan dan kasih sayang kalian yang tidak akan pernah kulupakan, semoga persahabatan kita terus terjalin dengan baik
12. Rumah keduku, FPSB Basketball yang selalu ada saat dibutuhkan, Bang Irwan, Bang Gara, Bang Fazi, Rangga, Khai, Ica, Kuik, Fajar, Fahmi, Potek, Bagus, Tika, Ayu, Dhifa, Budi, Arum, Rahma, Afdol dan seluruh semua saudara-saudaraku yang bergabung di FPSB Basketball mohon maaf tidak bisa menyebutkan semuanya, kalian yang selalu mengisi hari-hariku dengan canda tawa, gurauan dan arti sebuah kekeluargaan dan kedewasaan
13. Sahabat seperjuangan masa sekolah Nova, Anis, Helen, Hasfi, Bobby, Rido, Atul, Edwind, Angga, Ila, Imel, Iwan, Atika dan lainnya. Terima kasih atas dukungan, doa, dan bantuan kalian dalam proses pengerjaan skripsiku, semoga cita-cita kita semua bisa tercapai dimasa mendatang
14. Teman-teman seangkatan Psikologi 2014 terutama Andri, Wanda, Hani, Upeh, Uul, Hafiz, Andhu, dan seluruh teman-teman seperjuangan berbagi cerita masa-masa awal kuliah hingga pengerjaan skripsi ini. Terimakasih dukungan yang kalian berikan, semoga kita semua dilimpahkan kemudahan dalam menjalankan setiap urusan
15. Abang Irwan Dwi Wijaya. Terima kasih untuk dukungan, doa, semangat, motivasi yang diberikan serta waktu yang telah diluangkan untuk membantu

penulis dalam mengerjakan skripsi. Semoga Allah membalas semua kebaikan hati yang telah kau berikan pada penulis

16. Partner pembimbing skripsi Fauzun dan Ari yang selalu memberi semangat dan pantang menyerah dalam proses menjalankan skripsi bersama-sama
17. Kak Yayak, Monika, Hafiz dan rekan-rekan lainnya yang telah membantu dan membagi ilmunya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini
18. Tim Basket Pusat UII. Terima kasih atas gurauan dan dukungan kalian yang telah mengisi hari-hariku untuk bergabung dan belajar bersama kalian
19. Rekan-rekan dari Perguruan Tinggi X yang telah membantu penulis dalam proses pengambilan data khususnya Raudatul, Iwan, Dian, Mbak Ayu, Mbak Fitri, Mas Cahyo, dan mahasiswa-mahasiswi yang bersangkutan. Terima kasih, semoga ilmu yang saya dapatkan bisa bermanfaat untuk kedepannya
20. Teman-teman KKN 357, Cah Indri, Meitha, Tata, Nurma, Mas Ardat, Hari, Aden dan Mas Dino yang telah memberikan kebersamaan selama satu bulan layaknya keluarga, ilmu dan pembelajaran yang tidak akan pernah terlupakan
21. Semua orang yang penulis temui di jalan atau dimanapun yang telah memberikan inspirasi pada penulis, membantu mendoakan, memercikkan kebahagiaan, rasa syukur dan semangat pada diri penulis

Yogyakarta, 4 April 2018



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
INTISARI	xvi
BAB I PENGANTAR	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	7
C. Manfaat Penelitian	7
D. Keaslian Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
A. Perilaku Konsumtif	12
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	12
2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	14
3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	18
B. Kesehatan Sosial – Emosional	31

1. Pengertian Kesehatan Sosial – Emosional	31
2. Aspek-aspek Kesehatan Sosial – Emosional	33
C. Hubungan Antara Kesehatan Sosial – Emosional dan Perilaku Konsumtif.....	37
D. Hipotesis Penelitian.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
A. Desain Penelitian.....	41
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	40
C. Responden Penelitian.....	42
D. Metode Pengumpulan Data.....	42
E. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	44
F. Metode Analisis Data.....	46
BAB IV PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN	47
A. Orientasi Kancha dan Persiapan Penelitian	47
1. Orientasi Kancha.....	47
2. Persiapan Penelitian	48
B. Laporan Pelaksanaan Penelitian.....	51
C. Hasil Penelitian	52
1. Deskripsi Responden Penelitian.....	52
2. Deskripsi Data Penelitian.....	53
3. Uji Asumsi	56
4. Uji Hipotesis	57
5. Analisis Tambahan.....	58

D. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel 1	<i>Blue Print</i> Skala Perilaku Konsumtif.....	43
Tabel 2	<i>Blue Print</i> Skala Kesehatan Sosial–Emosional.....	44
Tabel 3	Distribusi Aitem Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba	50
Tabel 4	Distribusi Aitem Skala Kesehatan Sosial–Emosional Setelah Uji Coba	51
Tabel 5	Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 6	Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Uang Saku.....	52
Tabel 7	Deskripsi Responden Berdasarkan Aktivitas Diluar Kuliah.....	52
Tabel 8	Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Menghabiskan Waktu	53
Tabel 9	Deskripsi Data Penelitian.....	54
Tabel 10	Kategorisasi Berdasarkan Norma Percentil	54
Tabel 11	Kategorisasi Responden Berdasarkan Perilaku Konsumtif	55
Tabel 12	Kategorisasi Responden Berdasarkan Kesehatan Sosial-Emosional...	55
Tabel 13	Uji Normalitas.....	56
Tabel 14	Uji Linearitas	57
Tabel 15	Uji Hipotesis	58
Tabel 16	Uji Regresi Aspek Kesehatan Sosial-Emosional	58
Tabel 17	Uji Korelasi Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 18	Uji Korelasi Berdasarkan Uang Saku	60
Tabel 19	Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 20	Uji Anova Berdasarkan Uang Saku	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Uji Coba.....	77
Lampiran 2 Tabulasi Uji Coba Perilaku Konsumtif	88
Lampiran 3 Tabulasi Uji Coba Kesehatan Sosial-Emosional.....	92
Lampiran 4 Validitas dan Reliabilitas Perilaku Konsumtif	96
Lampiran 5 Validitas dan Reliabilitas Kesehatan Sosial-Emosional.....	104
Lampiran 6 Skala Penelitian	109
Lampiran 7 Tabulasi Data Perilaku Konsumtif	119
Lampiran 8 Tabulasi Data Kesehatan Sosial-Emosional	124
Lampiran 9 Deskripsi Responden	134
Lampiran 10 Uji Asumsi.....	141
Lampiran 11 Analisis Tambahan	146
Lampiran 12 Surat Izin Melakukan Penelitian	162
Lampiran 13 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	167

KESEHATAN SOSIAL – EMOSIONAL (*SOCIAL EMOTIONAL HEALTH*) DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA

Rahmona Hidayati
Rina Mulyati

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hipotesis yang diajukan adalah ada hubungan negatif antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif. Responden penelitian ini berstatus sebagai mahasiswa dengan 35.28% laki-laki dan 64.72% perempuan dari total responden sebanyak 176 orang. Peneliti menggunakan skala perilaku konsumtif yang dikembangkan dari teori Engel, Blackwell dan Miniard (2002) dan skala kesehatan sosial dan emosi dari Furlong dkk (2016). Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan teknik korelasi product moment dari *spearman*. Hasil dari temuan ini menyatakan bahwa kesehatan sosial-emosional tidak berkorelasi dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa ($r = -0.033$; $p = 0.330$).

Kata Kunci: Perilaku konsumtif, kesehatan sosial – emosional, *social emotional health*, remaja, mahasiswa

BAB I

PENGANTAR

A. Latar Belakang Masalah

Teknologi informasi khususnya pada pengembangan Internet yang semakin meningkat membuat banyak orang bergantung untuk mendapatkan informasi yang mengenai hal-hal yang akan dikonsumsi dalam kehidupan sehari-hari. Banyak hal yang dapat ditemui dari teknologi canggih tersebut, dengan adanya cara mudah untuk berbelanja secara *online*. Akan tetapi, hal tersebut membuat frekuensi berbelanja yang semakin meningkat bagi orang-orang yang menyukai kegiatan berbelanja dan menjadi tidak terkendali (Yuliantari & Herdiyanto, 2015).

Survey dari Sitohang (Fitriyani, Widodo & Fauziah, 2013) terhadap 1.074 pelajar di Jakarta dan Surabaya ditemukan 20.9%, bahwa pelajar-pelajar tersebut menyukai kegiatan berbelanja dan membeli barang-barang yang mereka inginkan dan digunakan hanya untuk bersenang-senang atau memenuhi kepuasannya saja. Hal lain juga terdapat pada artikel dari (*kompasiana.com*) yang menuliskan berbelanja atau membeli barang-barang secara berlebih sudah menjadi budaya remaja karena mereka mengkonsumsi barang bukan lagi semata-mata untuk memenuhi kebutuhan saja, tetapi memenuhi kebutuhan yang bersifat hiburan. Hiburan sendiri diartikan sebagai kebutuhan tersier tetapi diubah menjadi kebutuhan primer karena adanya faktor-faktor pendukung gaya hidup dan perkembangan teknologi zaman sekarang dalam mengakses informasi tentang apa yang mereka inginkan. Hal ini membuat perilaku membeli secara berlebihan

khususnya pada remaja dikatakan cukup memprihatinkan. Sumartono (2002) juga menguatkan hal tersebut dengan menyatakan bahwa banyak remaja yang suka berbelanja secara berlebihan dikarenakan secara psikologis, remaja sendiri masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sensitif terhadap lingkungan luar.

Terdapat beberapa fenomena mengenai perilaku membeli yang ada pada mahasiswa. Mahasiswa sendiri dikenal oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar dan matang sehingga karena pandangan inilah yang akhirnya membuat mahasiswa mengkondisikan dirinya untuk tampil menarik dan ingin dianggap keberadaannya oleh lingkungan sekitar. Mahasiswa merupakan termasuk golongan remaja cenderung mengambil sebuah keputusan dalam berbelanja atas dasar faktor emosional karena hanya memperhitungkan *gengsi* dan *perstise* yang menjadikan mahasiswa berbelanja secara berlebihan bukan atas dasar kebutuhan tetapi bagi mahasiswa yang tidak berbelanja secara berlebihan mampu mengambil keputusan atas dasar faktor rasional, dimana mahasiswa memperhitungkan setiap harga produk dan manfaat dari produk yang akan digunakannya dalam jangka panjang kedepan (<http://www.kompasiana.com/perilaku-konsumtif-mahasiswa>).

Penelitian lain dari Sitorus (2013) menjelaskan bahwa remaja di Indonesia sendiri senang menggunakan uang untuk memenuhi keinginan yang tidak dapat dikontrol dengan berbelanja secara berlebihan dan remaja merupakan kelompok yang berorientasi untuk berbelanja secara berlebihan karena mereka menyukai hal-hal baru. Dengan kata lain berbelanja secara berlebih tidak dialami oleh orang dewasa saja tetapi bisa juga pada anak remaja yang masih mencari identitas diri sehingga mereka mudah terpengaruh baik itu positif atau negatif yang ada

disekitarnya. Baik untuk memenuhi kebutuhan sekunder, primer dan tersier. Hal itu muncul karena kecenderungan emosi seseorang untuk mengkonsumsi yang tidak ada batasnya dalam membeli sesuatu hingga berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

Hal ini didukung berdasarkan wawancara pada 3 orang remaja yang menyukai kegiatan berbelanja, dari hasil wawancara responden pertama mengatakan bahwa kegiatan berbelanja yang mereka lakukan bisa 2-3 kali dengan varian barang yang sama dalam satu bulan, hal tersebut dilakukan karena “lapar mata” atau ingin memenuhi keinginan saja dan dengan berbelanja responden akan merasakan kepuasan dan kesenangan tersendiri. Apabila barang yang responden inginkan tidak tercapai untuk dibeli, maka responden akan terus berpikir sampai barang yang diinginkan tersebut dapat dibeli bagaimana pun caranya. Responden kedua mengatakan pernah sampai membelanjakan uang SPP kuliahnya karena mementingkan untuk membeli barang yang mereka inginkan terlebih dahulu walaupun barang tersebut tidak sangat dibutuhkan tetapi sangat menginginkannya selagi jangka waktu pembayaran SPP belum sampai jatuh tempo.

Kemudian, wawancara pada responden ketiga juga mengaku pernah meminta uang SPP secara berlebih yang nantinya uang tersebut akan digunakan untuk membeli barang yang sedang diinginkannya, hal ini dilakukan semata-mata untuk menunjukkan pada orang-orang sekitarnya bahwa responden telah menggunakan barang-barang yang menjadikannya suatu kepuasan tersendiri. Sehingga dapat disimpulkan dari beberapa wawancara tersebut, responden belum

dapat mengatur emosi dan mengontrol diri karena hanya mementingkan kesenangan yang didapatkan dari barang-barang yang telah dibeli.

Hal-hal tersebut dapat dilihat dari beberapa perilaku membeli secara berlebihan dan tidak dapat menahan diri saat berbelanja hanya untuk memenuhi kepuasan dan kesenangannya saja dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif sendiri diartikan sebagai tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan dan seseorang yang konsumtif dapat dikatakan sulit untuk mengontrol dan mempertimbangkan saat membeli barang hanya karena keinginan semata (Anggarasari, 1997; Sukari, Larasati, Mudjijono, & Susilantini, 2013).

Adanya perilaku membeli secara berlebihan memiliki dampak yang dijelaskan pada penelitian Chita, David dan Pali (2015) bahwa kontrol diri yang rendah pada remaja memberikan dampak negatif dengan munculnya kesulitan untuk menentukan konsekuensi atas tindakan-tindakan yang telah dilakukannya. Akan tetapi, apabila terjadi peningkatan kontrol diri seseorang akan disertai pula peningkatan untuk mengontrol diri baik secara perilaku, kognitif maupun pengambilan keputusan. Hal ini dikarenakan kondisi emosi pada remaja yang menjadikan remaja berperilaku konsumtif karena remaja menganggap penampilan adalah hal penting bagi mereka agar diakui oleh lingkungan.

Selain itu, mengingat adanya dampak yang muncul dari perilaku konsumtif terdapat penelitian lain mengenai regulasi diri dan perilaku konsumtif dari Pisani (2017) menjelaskan bahwa sikap pembelian yang mengikuti hawa nafsu atau secara tiba-tiba dikarenakan individu tidak mampu mengambil keputusan dalam

keadaan pikiran yang jernih dan hanya menginginkan kepuasan dan kesenangan yang didapatkannya saat berbelanja. Hal tersebut dapat dicegah apabila individu sadar atas tindakannya, mampu mengontrol diri dan mampu menyelesaikan masalah khususnya saat mengambil keputusan saat membeli suatu barang dan secara tidak langsung, bagi individu yang tidak mampu mengatur diri dapat dilihat dari bentuk persepsi dan keyakinan dirinya atas sikap-sikap individu baik secara pribadi maupun sosial

Kemudian, orang-orang yang menyukai kegiatan berbelanja secara berlebihan atau berperilaku konsumtif perlu memiliki pertimbangan dalam memutuskan untuk membeli suatu barang, berpikir analisis pada kegunaan barang dan lainnya. Hal ini dapat termasuk dari karakteristik untuk orang yang tidak sehat secara sosial-emosional. Emosi yang dimiliki individu memiliki peranan penting dalam pengambilan keputusan karena individu akan mampu untuk mengidentifikasi masalah sampai pada perilaku membelinya. Individu mampu membeli dan mengkonsumsi barang bukan hanya sekedar nilai fungsionalnya saja tetapi juga dari nilai sosial maupun emosionalnya. Kemudian, dari barang-barang yang telah dibeli dan dikonsumsi memiliki kemampuan untuk menstimulasi dan memuaskan emosi pada individu itu sendiri (Shiffman & Kanuk, 2008).

You, Renshaw, Furlong, Tyler dan Smith (2014) menjelaskan bahwa keyakinan diri dan kontrol diri yang ada pada individu seseorang merupakan bentuk kesadaran atas kekurangan dan kelebihan seseorang khususnya pada pegangan prinsip yang jelas. Kemudian, juga dijelaskan kepercayaan terhadap seseorang terhadap lingkungan sekitar akan menjadikan sesuatu hal yang apabila

terdapat nilai positif akan membuat interaksi positif seseorang pada lingkungannya untuk membentuk hubungan yang aman, merasakan dan mampu mengatur emosi serta mempelajari suatu hal untuk mendapatkan pengetahuan lebih sebagai bentuk kesehatan secara sosial maupun emosional.

Selain itu, terdapat regulasi diri yang berperan sebagai kemampuan seseorang untuk mampu mengambil tindakan yang akan dilakukannya serta regulasi emosi sebagai bentuk bagaimana cara seseorang untuk mampu mempertimbangkan dan mengatur emosi dari rangsangan atau kegiatan berbelanja yang dihadapkannya. Seseorang juga mampu memiliki keyakinan dan kegigihan atas prinsip dasar yang dimilikinya, keyakinannya terhadap orang lain maupun lingkungan sekitar, mengatur emosi dan memiliki tanggung jawab atas keputusan yang telah diambil .

Individu yang memiliki kesehatan sosial dan emosi yang baik akan menimbulkan hal positif baik secara fisik maupun psikologis yang datang dari individu dan hubungan baik seseorang dengan lingkungannya. Baik saat masih kanak-kanak yang akan membuat seseorang belajar bagaimana menempatkan keadaan sosialnya pada dewasa kelak. Maka dari itulah kesehatan sosial dan emosi berperan penting untuk menilai seseorang yang berkaitan dengan perilaku konsumtif (Cooper, Knitzer, Doghlass-Hall, Masi & Banghard, 2008).

Oleh karena itu, bila seseorang yang memiliki kesehatan sosial dan emosi terhadap diri dan lingkungannya dengan baik, maka perilaku konsumtif yang muncul pada seseorang akan menurun karena adanya kontrol diri, mampu mengatur emosi dan mampu mengambil keputusan dengan baik dalam membeli

suatu barang. Akan tetapi, berbeda dengan seseorang yang memiliki perilaku konsumtif, ia tidak akan memikirkan bagaimana pertimbangan-pertimbangan yang perlu dilakukannya saat membeli barang, tidak mampu mengontrol diri dan emosinya serta tidak menangkap penuh informasi-informasi yang ditangkap dari lingkungan sekitar mengenai manfaat barang yang akan dibeli karena hanya memikirkan membeli barang atas dasar memenuhi kepuasan dan kesenangannya saja

Berdasarkan uraian tersebut, penulis ingin merumuskan masalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kesehatan sosial dan emosi dan perilaku konsumtif pada remaja yang berstatus sebagai mahasiswa.

B. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana hubungan antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif pada remaja yang berstatus sebagai mahasiswa

C. Manfaat Penelitian

Terdapat dua manfaat yang dapat diterapkan dalam penelitian ini apabila tercapai, diantaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat menambah ilmu pengetahuan dalam bidang psikologi khususnya Psikologi Sosial, Psikologi Konsumen dan Psikologi Perkembangan. Selain itu, penelitian ini bisa

menjadi pedoman untuk penelitian selanjutnya dengan menggunakan variabel yang sama

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan ilmu bagi para pembaca mengenai hubungan antara kesehatan sosial dan emosi dan perilaku konsumtif sehingga dapat melakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan informasi khususnya mengenai bagaimana tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki para remaja saat ini. Kemudian, sebagian hasil yang diperoleh dari penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai referensi, bahan kajian dan pembanding bagi peneliti-peneliti berikutnya yang ingin mengkaji mengenai kesehatan sosial dan emosi dan perilaku konsumtif.

D. Keaslian Penelitian

Penelitian mengenai perilaku konsumtif telah banyak dilakukan untuk mengetahui bagaimana perilaku konsumen atau perilaku seseorang dalam membeli dan faktor-faktor yang menyebabkan seseorang berperilaku konsumtif. Salah satu penelitian mengenai perilaku konsumtif ini datang dari penelitian Murbani (2010) membahas mengenai kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif. Penelitian ini menyatakan bahwa terdapat hasil hubungan negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja

Kemudian, Munazzah (2016) melakukan penelitian mengenai hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, dimana semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa perbankan S1 di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Selain itu, pada penelitian ini akan menggunakan kesehatan sosial dan emosi sebagai variabel bebasnya. Kesehatan sosial dan emosi sendiri dikembangkan oleh Michael Furlong sebagai survey penelitian untuk meneliti kesehatan sosial emosi seseorang dari masa kanak-kanak hingga dewasa. Furlong dkk (2013) kemudian mengembangkan survey penelitian tersebut dari menjadi Survey Kesehatan Sosial dan Emosi dari tingkat dasar hingga untuk dewasa yang terdiri dari beberapa penelitian, salah satunya adalah *Primilinary development and validation of the social and emotional health survey*

Penelitian dibawah ini merupakan penelitian yang sama variabel tergantung dan variabel bebasnya telah dilakukan oleh peneliti lain dan sebagai pembanding dari penelitian yang pernah diteliti sebagai berikut:

1. Keaslian Topik

Variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif yang akan dihubungkan dengan kesehatan sosial emosi sebagai variabel independen. Topik ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya yang membahas tentang perilaku konsumtif, seperti penelitian yang dilakukan oleh Murbani (2010) yang meneliti tentang hubungan antara

kepercayaan diri dan perilaku konsumtif remaja dan penelitian oleh Munazzah (2016) yang melakukan penelitian tentang hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Sehingga terdapat perbedaan pada penelitian ini, perilaku konsumtif yang akan dikaitkan dengan kesehatan sosial dan emosi

2. Keaslian Teori

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori perilaku konsumtif dari Engel dkk (2002) yang pernah digunakan pada penelitian (Lina & Rosyid, 1997) dan teori kesehatan sosial dan emosi dari Furlong dkk (2013). Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan teori yang pernah dilakukan dari peneliti-peneliti sebelumnya tentang perilaku konsumtif dengan menambahkan variabel kesehatan sosial dan emosi sebagai variabel independen yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya

3. Keaslian Alat Ukur

Penelitian ini menggunakan alat ukur berupa skala perilaku konsumtif dan skala kesehatan sosial dan emosi yang disajikan dalam bentuk kuesioner. Skala untuk variabel dependen menggunakan instrumen yang mengukur aspek-aspek perilaku konsumtif oleh Engel dkk (2002). Sementara itu, skala untuk variabel independen berupa aitem-aitem yang mewakili masing-masing aspek kesehatan sosial dan emosi yang dikembangkan oleh Furlong dkk (2013)

4. Keaslian Responden

Responden yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah remaja yang ada di kota Balikpapan dan berstatus sebagai mahasiswa-mahasiswi dari perguruan tinggi X dengan rentang usia 18-25 tahun berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan

Berdasarkan beberapa penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bersifat asli dan memiliki perbedaan-perbedaan yang ada pada penelitian sebelumnya baik dari topik yang berbeda, teori yang dikembangkan, alat ukur yang digunakan dari hasil modifikasi dan adaptasi yang dibuat sesuai dengan aspek-aspek perilaku konsumtif dan kesehatan sosial dan emosi serta perbedaan responden yang digunakan walaupun sama-sama remaja, tetapi penelitian ini menggunakan responden remaja yang berstatus sebagai mahasiswa dari salah satu perguruan tinggi di kota Balikpapan untuk menilai bagaimana hubungan kesehatan sosial dan emosi dan perilaku konsumtif pada responden yang bersangkutan

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian

Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang yang kurang atau tidak diperlukan dalam mengkonsumsi hasil produksi berupa jasa dan barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan seperti yang diinginkan dan kebanyakan barang yang dibeli secara berlebihan bukanlah sebuah kebutuhan (Anggarasari, 1997; Sukari dkk, 2013). Engel dkk (2002) menuliskan bahwa individu yang berperilaku konsumtif seringkali membeli barang yang tidak dibutuhkan. Hal tersebut dikarenakan individu tidak dapat menahan diri untuk membeli barang yang diinginkan.

Keinginan yang berlebih pada perilaku konsumtif diartikan oleh (Sukari dkk, 2013) sebagai pemikiran atau keputusan untuk membeli secara tidak rasional karena tidak dapat membedakan barang-barang yang akan dibeli berdasarkan kebutuhan atau keinginan serta barang dan jasa yang dimaksud berupa makanan, pakaian, aksesoris dan alat komunikasi.

Lubis (Sumartono, 2002) yang mendefinisikan perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak memiliki dasar pertimbangan rasional karena adanya keinginan yang sudah mencapai tingkatan perilaku konsumen yang irasional. Irasional dapat diartikan sebagai tindakan konsumen dalam membeli

produk yang belum habis tetapi konsumen membeli lagi dengan barang yang sama walaupun berbeda merek.

Sedangkan menurut Grinder (Lina & Rosyid, 1997) perilaku konsumtif merupakan perilaku atau sikap seseorang saat berbelanja yang datangnya karena timbul rasa keinginan untuk memenuhi kesenangan semata. Hampir sama dengan pernyataan sebelumnya, Xinhui dan Han (2016) menyatakan bahwa perilaku konsumtif didasari pembelian barang secara irasional, karena konsumen sudah tidak dapat mengontrol dan tidak dapat mempertimbangkan dalam membeli suatu produk dan tidak bisa benar-benar menilai apa kegunaan dan manfaat dari suatu produk hanya karena untuk memenuhi kepuasan mereka.

Haris (Wahyudi, 2013) menjelaskan perilaku konsumtif dapat didasari karena adanya keinginan seseorang dalam membeli barang dan bukan didasarkan kebutuhan, semata-mata hanya demi kesenangan dan mengakibatkan seseorang mengalami pemborosan. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Sumartono (2002) yang mengungkapkan perilaku konsumtif juga ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dengan membeli barang-barang berharga mahal semata-mata untuk memenuhi kepuasan, kenyamanan, keinginan dan kesenangan.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, maka dapat disimpulkan perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang dalam membeli suatu barang atau jasa tanpa memikirkan manfaat dan kegunaannya tanpa melihat sisi kebutuhan karena ingin memenuhi rasa keinginan dan kepuasan setelah membeli.

2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Beberapa aspek – aspek dalam perilaku konsumtif diantaranya, yaitu:

a. Impulsif (*Impulsive*)

Menurut Engel dkk (2002) impulsif merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat atau nafsu yang datang tiba-tiba dan perilaku ini biasanya tidak memiliki pertimbangan dan perencanaan serta keputusan saat membeli. Impulsif sendiri tidak memanfaatkan informasi yang ada untuk mempertimbangkan implikasi dan tindakan sebelum membeli

Zaman dan Zaman (2014) menjelaskan terkait impulsif dengan perilaku konsumtif karena kurangnya kontrol diri serta adanya kehendak atau keinginan membeli tanpa perencanaan. Sedangkan menurut, Eisinger, Hende, Urban, Paksi, Kun dkk (2014) menjelaskan impulsif merupakan bagian dari salah satu aspek perilaku konsumtif yang ditandai dengan kesulitan dalam mengontrol rangsangan atau dorongan hati yang datang tiba-tiba untuk melakukan sesuatu tanpa ada pertimbangan terlebih dahulu.

Weinberg dan Gottwald (1982) menuliskan bahwa impulsif merupakan perilaku yang tidak memiliki perencanaan dan tidak bisa berpikir baik. Sebagai konsumen yang impulsif memiliki karakteristik reaksi yang cepat tanggap saat membeli, hal tersebut muncul dikarenakan rangsangan dari motivasi dan persepsi pada saat membeli barang. Selain itu, orang yang impulsif memiliki tiga karakteristik lainnya yaitu:

- 1) Afektif : Bereaksi dengan emosi dalam diri, hal itu yang membuat seseorang yang perilaku konsumtif membeli barang hanya untuk kesenangannya saja
- 2) Kognitif: Seseorang yang berperilaku konsumtif memiliki kontrol intelektual yang sedikit pada keputusan pembelian, hal tersebut yang mengakibatkan seseorang membeli barang tanpa adanya pertimbangan
- 3) Reaktif : Sebagian besar saat membeli barang dikarenakan situasi dan kondisi atau stimulus khusus. Misalnya membeli barang dengan tiba-tiba karena adanya kehendak dan keinginan berbelanja

Maka dari itulah dapat disimpulkan bahwa impulsif merupakan perilaku seseorang yang tidak dapat mengontrol diri saat membeli hanya untuk memenuhi keinginan dan kehendaknya tanpa adanya perencanaan.

b. Tidak rasional (*Non-rational*)

Tidak rasional menurut Engel dkk (2002) merupakan perilaku membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu. Sedangkan Mangkunegara (2005) menuliskan pembelian secara tidak rasional pada perilaku konsumtif adalah seorang konsumen yang tidak dapat mengontrol proses pembelian dan melakukan evaluasi barang yang akan dibeli.

Hampir sama dengan pendapat sebelumnya, Xinhui dan Han (2016) menjelaskan tidak rasional sebagai tindakan konsumen yang tidak bisa

benar-benar menilai apa kegunaan barang dan manfaat yang telah dibeli karena semata-mata hanya untuk memenuhi kepuasan mereka.

Pemikiran secara tidak rasional dapat terjadi dikarenakan (Gigerenzer, 2001):

- 1) Kurangnya informasi dari orang sekitar atau lingkungan yang didapat mengenai sebuah produk, misal pegawai toko yang kurang memberikan informasi kegunaan produk, sehingga sebagai konsumen karena tidak berpikir panjang mengenai produk tersebut langsung membelinya tanpa memikirkan apakah kegunaan produk tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan atau tidak
- 2) Waktu dan biaya yang kurang memadai dikarenakan seorang konsumen yang merasa membutuhkan barang tersebut dalam jangka waktu terdekat dan memiliki uang yang cukup untuk membeli barang tersebut, sehingga memutuskan untuk membeli produk tersebut padahal produk yang dibeli tidak begitu dibutuhkan
- 3) Kesalahan dalam berpersepsi saat memutuskan untuk membeli sebuah produk diakibatkan karena saat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk, terpikir produk yang dibeli akan digunakan padahal produk tersebut tidak memiliki manfaat sesuai kebutuhan seseorang sehingga produk tersebut tidak digunakan dengan baik kedepannya
- 4) Ingatan yang terbatas mengenai produk yang bersangkutan karena tidak mencari tahu informasi mengenai produk yang akan dibeli,

sehingga hanya memanfaatkan informasi dari penjual atau iklan dari produk tersebut

Misalnya, konsumen mendapati suatu barang yang bisa dibidang barang tersebut *limited edition*, karena barang tersebut tidak akan diproduksi lagi maka konsumen tersebut membelinya padahal konsumen belum tentu mengerti apa manfaat dan kegunaan barang tersebut nantinya

Berdasarkan pernyataan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa pembelian secara tidak rasional adalah perilaku membeli barang atau jasa tanpa memikirkan kegunaan dari barang yang telah dibeli karena hanya untuk memenuhi kesenangan dan keinginannya saja.

c. Pemborosan (*Wasteful*)

Engel dkk (2002) menjelaskan pemborosan merupakan gambaran perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas. Lina dan Rosyid (1997) juga menjelaskan bahwa pemborosan merupakan sikap pembelian yang dilakukan secara berlebih-lebihan, dari sifat boros yang hanya menghambur-hamburkan uang karena hanya ingin memenuhi kesenangan dalam berbelanja dapat mengakibatkan individu sulit untuk berhemat atau menabung

Munculnya pemborosan pada individu dikarenakan adanya keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan karena hanya untuk memenuhi kesenangan semata (Wahyudi, 2013). Sedangkan Lin dan Chang (2016) menganggap

pemborosan sebagai pengeluaran konsumen untuk membeli barang atau jasa yang tidak dikonsumsi dan konsumen menghabiskan uang hanya untuk keinginan yang bertentangan dengan kebaikan individu itu sendiri

Misalnya, ada konsumen yang merasa mempunyai uang yang bisa dikatakan cukup, membeli banyak sepatu karena dia menyukainya, padahal sebelumnya dia sudah memiliki banyak sepatu di rumahnya, konsumen tersebut berarti telah melakukan pemborosan dan tidak memikirkan penggunaan jangka panjangnya

Maka dari beberapa pernyataan tersebut, dapat disimpulkan pemborosan merupakan perilaku membeli yang dilakukan dengan cara menghabiskan uang secara berlebih-lebihan hanya untuk memenuhi kesenangan dan kepuasan saat berbelanja

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Beberapa faktor penyebab terbentuknya perilaku konsumtif, antara lain :

- a. Faktor internal
 - 1) Kepribadian

Kepribadian adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten (Kotler & Armstrong, 2001). Sedangkan Engel dkk (2002) mendefinisikan kepribadian sebagai respon yang konsisten terhadap stimulus lingkungan. Konsistensi respon berasal dari pengertian kepribadian didasarkan pada karakteristik psikologis atau

dihubungkan dengan konsep diri atau diri ideal yang diinginkan oleh individu. Kemudian, Engel dkk juga menjelaskan bahwa dari kepribadian, muncul keputusan pembelian yang bervariasi pada tiap individu karena karakteristik unik yang dimiliki masing-masing individu.

Setiap individu memiliki karakteristik yang berbeda-beda, maka dari perbedaan tersebut terdapat pengaruh seseorang dalam memutuskan untuk membeli suatu barang yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif

Engel dkk (2002) menjelaskan bahwa individu yang berperilaku konsumtif memiliki karakteristik yang memuat teori psikoanalisa terdiri dari id, ego, dan superego. Id sebagai sumber energi psikis dan kesenangan seseorang terhadap belanja atau pembelian, ego sebagai tuntutan hedonisme (mencari kebahagiaan sebanyak mungkin) dengan berbelanja karena bagi individu yang konsumtif, berbelanja adalah hal yang menyenangkan dan nikmat. Sedangkan, superego berperan sebagai gambaran seseorang dan berfungsi sebagai kendala etis pada perilaku konsumtif

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang dimiliki seseorang secara berbeda antar satu dengan yang lain sesuai dengan konsep diri yang diinginkan oleh individu tersebut dan kepribadian sendiri dapat dilihat

bagaimana keinginan individu untuk menentukan dalam berbelanja sesuai keinginan atau karakteristik individu itu sendiri

2) Gaya hidup

Gaya hidup menurut Kotler dan Amstrong (2001) adalah pola seseorang dalam menjalankan hidup yang mereka sukai. Perilaku konsumtif seseorang dapat dipengaruhi oleh gaya hidup karena sadar atau tidak, seseorang ingin menunjukkan gaya hidup zaman sekarang. Engel dkk (2002) juga berpendapat mengenai gaya hidup adalah pola hidup seseorang bagaimana cara mereka menghabiskan waktu dan uang yang dimilikinya. Munandar (2001) juga mendefinisikan gaya hidup sebagai ciri-ciri individu yang dibentuk melalui interaksi sosial selama masa hidupnya, faktor-faktor dari gaya hidup sendiri seperti budaya, kelas sosial, kelompok referensi, dan keluarga

Munandar (2001) juga menjelaskan bahwa gaya hidup memiliki dua aspek bagi para konsumen, pertama sebagai pendorong atau motivator berbagai kegiatan membeli, kedua yaitu gaya hidup yang dapat berubah sebagai proses pengambilan keputusan konsumen tentang suatu produk baik barang maupun jasa

Sebagai individu yang berperilaku konsumtif, gaya hidup merupakan motivasi yang berperan sebagai kekuatan seseorang sebagai penggerak para konsumen di pembelajaran kelas sosial, demografi dan lainnya, gaya hidup yang juga berperan sebagai cerminan nilai konsumen. Perilaku konsumtif dapat dilihat dari gaya hidup seseorang

melalui aktivitas dan kegiatan apa aja yang dijalani individu tersebut dalam menghabiskan waktu serta uang yang dimilikinya, minatnya pada produk atau barang yang diinginkan, dan opini yang bersifat umum atau spesifik produk

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat disimpulkan gaya hidup merupakan pola hidup yang dijalani seseorang sesuai dengan pengaruh dari yang mereka sukai atau dari lingkungan sekitar untuk menghabiskan uang dan waktu yang dimilikinya, gaya hidup sendiri menjadi salah satu faktor perilaku konsumtif karena dari gaya hidup seseorang dapat dilihat melalui aktivitas dan kegiatan serta waktu dan uang yang dihabiskannya dalam kehidupan sehari-hari sesuai keinginan

3) Demografi

Demografi adalah pasar konsumen yang diidentifikasi dari usia, pendapatan, dan jenis kelamin (Kotler & Armstrong, 2001). Hauser & Duncan (Mantra, 2000) menyatakan definisi dari demografi adalah ilmu yang mempelajari jumlah, persebaran territorial dan komposisi penduduk baik dari perubahan dan sebab-sebabnya dikarenakan fertilitas (kelahiran), mortalitas (kematian), gerak territorial (imigrasi) dan mobilitas sosial (perubahan status).

Sedangkan Munandar (2001) menguraikan ciri-ciri dari kelompok konsumen berdasarkan demografis, diantaranya adalah:

a) Konsumen pria

Sebagai konsumen, biasanya pria lebih mudah terpengaruh oleh bujukan-bujukan penjual, merasa tidak enak apabila tidak membeli dari toko yang sudah dimasukinya, karena kurang menyukai berbelanja biasanya pria lebih suka berburu-buru dalam memutuskan membeli suatu produk

b) Konsumen wanita

Sebagai konsumen, wanita lebih tertarik dengan warna dan bentuk bukan pada kegunaan barang itu sendiri, lebih sering tertarik karena gejala mode atau mengikuti zaman, lebih mementingkan status sosial, senang berbelanja sehingga sering merasa kesulitan untuk memustuskan barang yang akan dibeli

c) Konsumen remaja

Remaja seringkali mudah terpengaruh para rayuan penjual, mudah terujuk iklan, sulit untuk menghemat

d) Konsumen lanjut usia

Pola pikir sebagai konsumen lanjut usia seringkali menampilkan seolah-olah mereka yang terpandai dalam hal membeli suatu produk, tidak terburu-buru saat berbelanja, bersikap ramah terhadap penjual

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa demografi merupakan ilmu yang mempelajari struktur gambaran penduduk dari hasil sensus, jumlah persebaran dan komposisi penduduk, dan dari sumber tersebut dapat dilihat dari segi demografis, setiap orang

menginginkan suatu barang yang berbeda-beda tergantung golongan remaja, dewasa, dan usia lanjut. Serta, dari segi pendapatan dapat terlihat bagaimana cara seseorang menghabiskan uangnya untuk membeli suatu barang, serta dalam pembelian perempuan dan laki-laki memiliki pemikiran dan keinginan yang berbeda pula

4) Pengetahuan

Kotler dan Amstrong (2001) menjelaskan pengetahuan adalah hasil dari bentuk-bentuk informasi yang diperoleh dari pengalaman individu berinteraksi dengan lingkungannya. Engel dkk (2002) mendefinisikan pengetahuan sebagai informasi yang disimpan dalam ingatan, dimana sebagai seorang konsumen sudah sejauh mana mengenali produk yang akan dibeli, bagaimana kegunaannya, manfaat serta dampak dari produk tersebut. Hal ini membuat kesadaran sebagai seorang konsumen sangat perlu untuk mengetahui informasi mengenai produk yang akan dibeli. Untuk itu, konsumen perlu mencari informasi mengenai barang yang akan dibelinya untuk memenuhi kriteria penilaian yang sesuai agar tidak terjadinya konsumtif saat membeli barang

Pengetahuan dalam berperilaku konsumtif terdiri beberapa jenis yang diantaranya adalah:

a) Pengetahuan Produk

Bagi individu yang berperilaku konsumtif tidak begitu mengetahui mengenai merek dan kegunaan suatu produk. Hal

tersebut dikarenakan kurangnya analisis kesadaran konsumen dari citra merek yang tersedia

b) Pengetahuan Pembelian

Individu yang berperilaku konsumtif kurang memperoleh informasi mengenai produk yang akan dibeli, baik informasi mengenai kenapa harus membeli hingga kapan waktu yang tepat untuk membeli produk yang diinginkan

c) Pengetahuan Pemakaian

Merupakan gabungan dari kategori-kategori pengetahuan konsumen. Pengetahuan ini mencakup informasi bagaimana penggunaan dan kebutuhan barang tersebut. Sebagai individu yang berperilaku konsumtif, kecil kemungkinannya mendapatkan informasi tersebut sehingga terjadi peningkatan pemakaian produk.

Berdasarkan beberapa uraian tersebut, dapat disimpulkan pengetahuan merupakan hasil informasi yang didapatkan untuk diingat berdasarkan pengalaman dan informasi untuk diingat. Maka dari itulah, individu yang berperilaku konsumtif kurang mendapatkan informasi mengenai produk yang akan dibeli, butuh kesadaran untuk mengetahui sifat produk agar produk yang telah terbeli bisa berguna dan bermanfaat

b. Faktor eksternal

1) Kelas Sosial

Kotler dan Amstrong (2001) mendefinisikan kelas sosial adalah adanya ragam perbedaan status ekonomi dan sosial yang menghasilkan perbedaan sikap dan menghasilkan perbedaan perilaku konsumen. Engel dkk (2002) mendefinisikan kelas sosial sebagai pembagian di lingkungan masyarakat yang terdiri dari nilai, minat, perilaku, dan perbedaan status sosioekonomi dari yang rendah hingga ke yang tinggi.

Munandar (2001) menuliskan bahwa terdapat karakteristik dari kelas sosial diantaranya adalah:

- a) Orang yang tergolong dari kelas sosial yang sama cenderung berperilaku sama
- b) Adanya kedudukan tinggi dan rendah sesuai dengan kelas sosial
- c) Kelas sosial tergantung dari jabatan atau pekerjaan, pendapatan, kekayaan, dan pendidikan
- d) Adanya siklus perubahan dari kelas tinggi hingga merosot ke bagian kelas rendah

Sehingga, dapat dilihat dari perbedaan status ekonomi dan sosial tersebut akan menghasilkan perbedaan barang-barang yang akan di konsumsi tergantung dari apa yang diinginkan dalam memenuhi kelas sosialnya, misal dalam berpakaian, perabotan rumah, dan sebagainya

Berdasarkan hal-hal tersebut, dapat disimpulkan kelas sosial merupakan status sosial dan ekonomi dari yang rendah ke tinggi dan menghasilkan perbedaan sikap serta perilaku seseorang dalam mengkonsumsi sebuah produk

2) Keluarga

Menurut Kotler dan Armstrong (2001) keluarga adalah lingkungan utama dan pertama bagi anak, dengan demikian menjadi unit yang berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan, termasuk yang berkaitan dengan sikap dan perilaku konsumtif. Sedangkan Engel dkk (2002) mengatakan bahwa peran keluarga adalah sebagai pusat pembelian, dimana pusat pembelian diartikan sebagai refleksi kegiatan dan pengaruh individu yang membentuk keluarga itu sendiri

Munandar (2001) menuliskan terdapat ciri-ciri didalam keluarga seperti jumlah anggota keluarga, baik dari orangtua hingga anak-anak dan usia yang menentukan keinginan keluarga tersebut dalam hal berbelanja. Misalnya lahir anak kedua dari sebuah keluarga dan orangtuanya ingin membelikan perabotan yang model terbaru, padahal perabotan milik anak pertama masih dapat digunakan dengan baik. Sehingga, keluarga juga dapat mempengaruhi individu saat membeli produk dan produk tersebut dikonsumsi oleh anggota keluarganya yang lain

Sebagai keluarga, Shiffman dan Kanuk (2008) menuliskan terdapat fungsi-fungsi keluarga yang menjadikan individu berperilaku konsumtif

yaitu kesejahteraan keluarga, bagaimana keluarga membagi tanggung jawab mengenai nafkah atau penghasilan dalam menggunakan uang untuk tidak dibelanjakan produk yang tidak diperlukan. Kemudian dukungan emosional anggota keluarga yang berperan saat pengambilan keputusan dari berbagai persoalan, misalnya pada saat salah satu anggota keluarga yang mendukung anggota lainnya untuk berbelanja produk yang sebenarnya tidak diperlukan di rumah. Terakhir, gaya hidup keluarga yang cocok dan komitmen terhadap gaya hidup keluarga itu sendiri, tidak berbeda-beda dan tetap sama dalam satu kelas sosial

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat disimpulkan keluarga terdiri atas anggota keluarga baik dari orangtua hingga anak-anak, peran keluarga menjadi lingkungan pertama bagi seorang anak karena refleksi berbagai kegiatan dan pengaruh yang didapatkan anak pertama kali adalah di lingkungan keluarga. Berhubungan dengan perilaku konsumtif, dapat dikatakan bahwa keluarga dapat mempengaruhi individu saat membeli produk tergantung produk-produk apa saja yang biasanya dikonsumsi oleh keluarga tersebut

3) Kebudayaan

Kebudayaan menurut Kotler dan Amstrong (2001) adalah hasil dari aktivitas kehidupan manusia, berpengaruh terhadap sistem nilai dan norma yang diberlakukan dalam hidupnya. Termasuk dalam berperilaku konsumtif akan terlihat dari kebudayaan atas perilaku membeli yang berbeda antar budaya satu dengan budaya lainnya.

Sedangkan Engel dkk (2002) menjelaskan kebudayaan dapat mempengaruhi seseorang dalam membeli produk yang dapat dilihat dari pengaruh struktur konsumsi pada budaya itu sendiri, bagaimana budaya mempengaruhi keputusan pembelian seseorang, dan budaya sebagai penciptaan dan komunikasi makna dalam sebuah produk dengan contoh iklan yang menyiratkan kualitas desa atau alam pada sebuah produk untuk meningkatkan selera

Shiffman dan Kanuk (2008) berpendapat bahwa budaya adalah aspek dalam masyarakat yang terdiri dari bahasa, pengetahuan, hukum dan kebiasaan yang nantinya akan memberikan karakter dan kepribadian yang berbeda dari tiap budaya-budaya lainnya. Hal yang dapat mempengaruhi kebudayaan dari individu berperilaku konsumtif yaitu kepercayaan, nilai-nilai dan kebiasaan individu pada saat menentukan keputusan pembelian sebuah produk

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebudayaan merupakan aktifitas kehidupan dalam bermasyarakat yang nantinya akan mempengaruhi karakter kepribadian seseorang baik itu dari bahasa, pengetahuan dan norma yang berlaku dari budaya tersebut. Berhubungan dengan perilaku konsumtif dapat dilihat dari kebudayaannya yang tercermin dari cara hidup, kebiasaan, dan tradisi pada permintaan barang dan jasa, contohnya budaya pernikahan menyesuaikan adat dan mahar ditentukan dari silsilah keluarga yang

membutuhkan biaya yang besar, padahal untuk menikah tidak semua harus menggunakan rangkaian acara adat

4) Pengaruh kelompok sebaya

Pengaruh teman sebaya merupakan sebagai tempat individu berinteraksi satu sama lain karena merasakan kesamaan satu dengan yang lain baik dari bidang usia, tujuan dan kebutuhan yang dapat mempererat hubungan teman sebaya (Kotler & Amstrong, 2001). Teman sebaya dapat berperan sebagai tolak ukur bentuk kepribadian dan perilaku individu sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi untuk berperilaku konsumtif

Shiffman dan Kanuk (2008) mengakui bahwa pengaruh teman sebaya sangat berpengaruh besar dan sangat penting dalam menentukan produk atau merek yang akan digunakan agar terjadi kesamaan penggunaan produk di kelompok teman sebaya tersebut

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan pengaruh teman sebaya merupakan tempatnya seseorang untuk berinteraksi di lingkungan selain keluarga, pengaruh teman sebaya juga dapat menjadi tolak ukur kepribadian seseorang dilihat dari karakteristik masing-masing individu dalam kelompok sebaya tersebut. Maka dari itulah dapat dilihat dari individu yang banyak berinteraksi pada orang-orang yang memiliki gaya hidup konsumtif dan ingin menyesuaikan diri dengan lingkungannya. Sehingga, individu tersebut akan berperilaku konsumtif pula untuk mendapatkan peran dalam kelompok tersebut

5) Situasi

Menurut Kotler dan Amstrong (2001) situasi adalah faktor khusus pada waktu dan tempat spesifik serta tidak terkait dengan karakteristik konsumen dan karakteristik objek. Engel, Blackwell dan Miniard (2002) menjelaskan situasi adalah hal yang melibatkan orang dan benda, dimana situasi dapat dijadikan pengaruh faktor khusus untuk waktu dan tempat dari karakteristik konsumen dan objektif. Kemudian, dijelaskan juga bahwa situasi memiliki tiga jenis situasi yang diantaranya adalah:

a) Situasi komunikasi

Situasi komunikasi didefinisikan sebagai komunikasi konsumen secara pribadi dan non pribadi. Secara pribadi yang dimaksudkan adalah konsumen dengan orang lain yang sesama konsumen. Komunikasi non pribadi sebagai stimulus seperti iklan

b) Situasi pembelian

Situasi pembelian didefinisikan sebagai latar dimana konsumen mendapatkan barang dan jasa. Misalnya di bandara harga makanan yang mahal dikarenakan pajak lokasi yang besar juga, sehingga konsumen mau tidak mau tetap membeli karena tidak ada tempat lain

c) Situasi pemakaian

Situasi pemakaian didefinisikan sebagai latar konsumsi seorang konsumen. Misalnya konsumen memperhitungkan situasi pemakaian

dalam pengambilan keputusannya saat membeli suatu produk dan kepercayaan fungsi kerja produk tersebut

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa situasi merupakan hal yang melibatkan orang dan benda yang dijadikan faktor khusus waktu dan tempat dari karakteristik konsumen. Kemudian, dari faktor situasi itu akan menjadi faktor perilaku konsumtif dikarenakan ketika dalam keadaan tertentu dapat pula seseorang tiba-tiba timbul sesuatu kebutuhan sesuai situasi walaupun tanpa perencanaan. Pada perilaku konsumtif, individu merasa situasi tempatnya nyaman dan menarik, individu memutuskan untuk membeli barang tersebut padahal tidak tahu apa manfaat dari barang yang dibeli

B. Kesehatan Sosial–Emosional

1. Pengertian

Kesehatan sosial–emosional adalah kapasitas pengembangan kompetensi sosial perilaku seseorang dalam interaksi positif dengan orang lain untuk membentuk suatu hubungan yang aman, merasakan dan mengatur emosi, dan mempelajari sesuatu untuk mendapatkan pengetahuan lebih (You dkk, 2014).

Furlong dkk (2013) menuliskan bahwa kesehatan sosial–emosional merupakan perkembangan dan proses kompetensi sosial dan emosional seseorang dalam menghadapi berbagai situasi yang menimpa secara interpersonal (antar satu dengan yang lain) dan dari hal tersebut dapat mendorong tingkat kesejahteraan psikologis seseorang menjadi lebih tinggi

seperti menangani masalah dengan positif, mudah beradaptasi dengan lingkungan dan sebagainya. Sedangkan Cooper, Masi, dan Vick (2009) menjelaskan bahwa kesehatan sosial – emosional merupakan pengembangan fisik maupun psikologis yang datangnya dari hubungan baik seseorang dengan keadaan sosial dan lingkungannya yang dapat menghasilkan hal positif dalam berinteraksi

Furlong, You, Shishim, Dowdy (2016) menambahkan bahwa pada masa remaja, kesehatan sosial – emosional dapat dijadikan pengembangan mendasar yang menjadi keterlibatan seseorang untuk pembentukan dan pemeliharaan kesejahteraan kepuasan hidup remaja dalam menghadapi berbagai situasi. Georgetown University (*ecmh.org*) menuliskan bahwa kesehatan sosial – emosional adalah terbentuknya latar belakang seseorang yang sehat secara sosial dan emosional berasal dari lingkungan untuk membentuk hubungan atau interaksi yang dekat. Adapula dari Jones, Greenberg dan Crowley (2015) yang menuliskan tentang kesehatan sosial – emosional merupakan pengembangan fungsi untuk bisa menyeimbangkan disiplin diri, keterampilan interpersonal, memiliki empati sosial serta mampu mengatur emosi secara efektif yang datangnya dari sejak dini.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan kesehatan sosial – emosional adalah kekuatan perkembangan psikologis sosial dan emosional seseorang dari kondisi lingkungan sekitar dalam menghadapi permasalahan secara positif.

2. Aspek-aspek Kesehatan sosial – emosional

Terdapat empat aspek yang terdapat pada kesehatan sosial – emosional yang diantaranya adalah:

a. Kepercayaan Pada Diri (*Belief in Self*)

Menurut Furlong dkk (2016) kepercayaan diri yaitu kesadaran diri yang muncul dengan cara seseorang mampu menilai kelebihan dan kekurangan yang ada pada dirinya sendiri, minat, moral, dan kepercayaan diri dari pembelajaran sosial-emosional. Kepercayaan diri pada kesehatan sosial – emosional memiliki tiga karakteristik yang diantaranya adalah kesadaran diri (*self awareness*), kegigihan (*persistance*) dan keyakinan diri (*self efficacy*)

Pada karakteristik yang dimiliki oleh kepercayaan pada diri sebagai bentuk kesadaran seseorang atas kelebihan dan kekurangan yang dimiliki, baik dari minal, moral, pilhan dan kemampuan individu dalam mengambil keputusan. Bentuk kegigihan yang ada pada kepercayaan diri seseorang sebagai bentuk pegangan prinsip hidup yang jelas dan kokoh agar individu mampu berhasil pada suatu bidang (Mulyono, 2009).

Keyakinan diri yang muncul pada kepercayaan diri seseorang juga sebagai bentuk persepsi yang dimiliki seseorang untuk mampu mengatur tingkah laku dan jalannya hidup individu itu sendiri dalam keadaan sadar. Selain itu, keyakinan diri juga bagaimana cara seseorang mampu mengontrol lingkungan sekitarnya yang dapat membantu menghadapi tantangan secara positif (Bandura, 1991)

Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan kepercayaan pada diri sebagai keyakinan dan kegigihan yang dimiliki seseorang atas pilihan maupun keputusan yang dimilikinya dan orang yang memiliki kepercayaan diri yang baik maka akan memiliki pertimbangan dan berpikir panjang pada saat memutuskan untuk membeli suatu barang yang dapat mengurangi perilaku membeli secara berlebihan

b. Kepercayaan Pada Orang Lain (*Belief in Others*)

Furlong dkk (2016) menjelaskan bahwa kepercayaan pada orang lain merupakan kepercayaan yang dimiliki seseorang terhadap orang lain maupun lingkungan sekitar. Terutama pada masa kanak-kanak dan mampu mengambil perspektif positif terhadap lingkungan sosialnya kelak akan diingat hingga masa dewasa nanti. Kepercayaan pada orang lain memiliki tiga karakteristik yang diantaranya adalah dukungan keluarga (*family support*), dukungan kelembagaan (*institutional support*), dukungan teman sebaya (*peer support*)

Dukungan keluarga yang ada pada seseorang merupakan sebagai bentuk keyakinan dan pendekatan untuk penguatan dan pemberdayaan keluarga yang diberikan kepada anak (Hartati, 2016). Kemudian, menurut Bond, Cason dan Baxley (2015) dukungan institusi atau organisasi memiliki bentuk dukungan dengan program-program yang berikan kepada individu untuk mencapai keberhasilan baik secara akademik maupun non akademik. Pada dukungan teman sebaya sebagai bentuk dukungan yang didapatkan seseorang dari kerabat dekat maupun teman sebaya dalam

bentuk kepercayaan terhadap sesama, informasi yang diberikan dalam kegiatan sehari-hari baik, instrumental serta dukungan secara emosional

Maka dari itulah, dapat disimpulkan kepercayaan terhadap orang lain merupakan kepercayaan yang muncul terhadap informasi-informasi maupun hal lainnya yang didapatkan dari lingkungan sekitar individu baik dari keluarga, kerabat maupun lingkungan institusi. Sehingga, apabila kepercayaan pada orang lain lingkungan sekitar dan mampu menangkap serta menyaring informasi-informasi yang diberikan terhadap lingkungan sekitar yang membuat barang-barang yang akan dibeli dipertimbangkan terlebih dahulu

c. Kompetensi Emosi (*Emotional Competence*)

Furlong dkk (2016) mendefinisikan kompetensi emosi sebagai bentuk bagaimana cara seseorang untuk mampu berempati terhadap lingkungan dan membangun serta mempertahankan hubungan yang positif dengan orang lain, mengelola dan menyelesaikan konflik interpersonal. Kompetensi emosi juga dijelaskan oleh (Dharmayana, 2012) sebagai persepsi dan keyakinan diri atas pengetahuan, sikap, nilai-nilai dan keterampilan individu baik secara kompetensi pribadi maupun kompetensi sosial

Karakteristik yang dimiliki kompetensi emosi pada kesehatan sosial – emosional terdiri dari penilaian kognitif (*cognitive reappraisal*) sebagai bentuk penilaian atau strategi seseorang secara berulang-ulang dalam mengatur regulasi emosi. Regulasi emosi sendiri muncul karena

pertimbangan dalam mengatur emosi dengan adanya rangsangan atau stimulus untuk memicu respon afektif, fisiologis dan perilaku (Buhle, Silvers, Wager, Lopez, Onyemekwu, Kober, Weber & Ochsner, 2013)

Kemudian, karakteristik kedua terdapat pada rasa empati (*empathy*) yang memiliki arti sebagai perasaan keinginan menolong sesama, mengalami emosi yang serupa dan merasakan perasaan yang dialami oleh orang lain (Angraini & Cucuani, 2014). Setelah itu, terdapat regulasi diri yang berperan sebagai kemampuan seseorang dalam mengontrol diri sendiri dan memiliki dampak kuat pada pemikiran, pengaruh, motivasi serta tindakan yang akan dilakukan individu (Bandura, 1991)

Maka dari itulah dapat disimpulkan bahwa kompetensi emosi bagaimana seseorang mampu mengatur emosi dan bagi orang yang mampu mengatur emosi pada saat berbelanja, akan mampu mengatur keinginan berbelanja sesuai dengan kebutuhan pada saat berbelanja

d. Keterlibatan Hidup (*Engaged Living*)

Furlong dkk (2016) menjelaskan keterlibatan hidup merupakan cara seseorang dalam mengambil keputusan dan bertanggung jawab atas pertimbangannya sesuai standar etika dan norma sosial. Keterlibatan hidup memiliki tiga karakteristik yang terdiri dari rasa syukur (*gratitude*) atau kebersyukuran sebagai bentuk emosi positif individu dengan konteks dan atribusi yang bergantung untuk menjadikan kehidupan yang lebih baik

Kemudian, keterlibatan dalam hidup memiliki karakteristik semangat (*zest*) sebagai bentuk kemauan individu untuk melakukan

sesuatu. Optimis (*optimism*) juga berperan sebagai keyakinan atas segala sesuatu yang telah dilakukan dari segi yang baik dan menyenangkan dan harapan untuk mendapatkan hasil yang baik pula

Maka, dapat disimpulkan bahwa keterlibatan hidup merupakan sebuah tanggung jawab seseorang dalam mengambil keputusan sesuai dengan memiliki harapan yang baik atas keputusan yang telah diambil. Apabila seseorang yang memiliki tanggung jawab atas keputusannya untuk membeli suatu barang, seseorang akan membeli barang-barang sesuai dengan kebutuhan dan bukan atas dasar keinginan dan kepuasannya saja

C. Hubungan Antara Kesehatan Sosial–Emosional dan Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid (1997) perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku membeli suatu barang yang tidak lagi berdasarkan kebutuhan dan pertimbangan secara tidak rasional. Sedangkan kesehatan sosial–emosional merupakan pengembangan mendasar yang menjadi keterlibatan seseorang untuk kesejahteraan dan kepuasan hidup dalam menghadapi berbagai situasi, membentuk suatu hubungan yang aman, merasakan dan mengatur emosi, dan mempelajari sesuatu untuk mendapatkan pengetahuan lebih (You dkk, 2014)

Sebagaimana yang dijelaskan oleh Furlong dkk (2016) kesehatan sosial – emosional memiliki beberapa aspek yang diantaranya adalah kepercayaan diri, kepercayaan terhadap orang lain, kompetensi emosi dan keterlibatan hidup. Dimana dari beberapa aspek tersebut apabila terpenuhi maka seseorang akan

mampu mengontrol diri, mengatur emosi, mampu berpikir panjang, memiliki pertimbangan atas keputusannya. Sehingga apabila kesehatan sosial – emosional seseorang terpenuhi akan mampu menghindari perilaku negatif yang dapat menyebabkan seseorang untuk konsumtif

Bagi individu yang memiliki kepercayaan pada dirinya yang rendah maka akan menimbulkan ketidaksadaran dan ketidakmampuan dalam mengontrol diri dan memberikan dampak negatif untuk menentukan konsekuensi atas tindakan-tindakan yang telah ditentukan. Hal tersebut dapat membuat individu tidak memiliki pertimbangan dan berpikir panjang atas saat memutuskan untuk membeli suatu barang. Dengan adanya dampak negatif yang muncul, perilaku konsumtif pada individu akan semakin meningkat. Akan tetapi, apabila individu mampu mengontrol dan sadar atas tindakan yang dilakukannya, maka akan semakin rendah perilaku konsumtifnya

Aspek kedua dari kesehatan sosial–emosional yaitu adanya kepercayaan pada orang lain dan lingkungan sekitar. Kepercayaan pada orang lain khususnya pada keluarga, kerabat maupun teman sebaya yang didapatkan oleh individu akan membuat seseorang mampu mendapatkan informasi-informasi mengenai keadaan lingkungan dan menimbulkan hubungan baik antar individu dengan lingkungan yang mampu membuat seseorang tidak begitu saja membeli suatu barang tanpa adanya informasi yang lebih kaya daripada informasi yang dimilikinya. Hal ini dapat dikatakan bahwa adanya kepercayaan terhadap orang lain memberikan pengaruh seseorang untuk tidak membeli suatu barang atas dasar hawa nafsu semata

Pada aspek kompetensi emosi merupakan suatu persepsi yang dimiliki seseorang atas keyakinan diri dari pengetahuan, sikap dan nilai-nilai yang ada pada individu. Kompetensi emosi juga dapat mempertahankan hubungan positif agar seseorang mampu mengatur emosi dan mampu mengontrol diri. Hal tersebut mampu membuat individu tidak berlebih-lebihan pada saat berbelanja dan memikirkan manfaat dari barang yang akan dibelinya bukan atas dasar keinginannya. Sehingga, apabila seseorang yang mampu mengatur emosi maka akan semakin menurunkan keinginannya untuk berbelanja barang-barang yang tidak diperlukan

Terakhir, pada aspek keterlibatan hidup yaitu sebagai bertanggung jawab seseorang atas pengambilan keputusan. Tanggung jawab atas pengambilan keputusan pada seseorang tersebut sesuai dengan keyakinan atas harapan seseorang untuk mendapatkan hasil yang baik pula. Seseorang yang memiliki tanggung jawab atas pengambilan keputusan pada seseorang saat membeli barang atas dasar kebutuhannya tidak akan menghabiskan uang sakunya begitu saja untuk berbelanja, tetapi bisa digunakan berbagai macam hal misalnya disisihkan untuk ditabung. Apabila tanggung jawab dalam pengambilan keputusan seseorang menurun, maka akan mengakibatkan pembelian barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan melainkan untuk memenuhi kepuasan saja

Bagi seseorang yang memiliki kesehatan sosial–emosional dengan baik, seseorang akan memiliki kepercayaan pada dirinya dan gigih atas keputusannya, mampu mengontrol diri dan memiliki tanggung jawab atas pertimbangan yang dimilikinya saat membeli suatu barang. Akan tetapi, bagi seseorang yang tidak

memiliki kesehatan sosial – emosional dengan baik ia tidak mampu mengatur emosi, mengontrol diri hingga tidak memiliki pertimbangan atas keputusan yang telah diambil pada saat membeli suatu barang

Berdasarkan uraian di atas, terlihat adanya keterkaitan antara kesehatan sosial–emosional dan perilaku konsumtif pada seseorang. Hal ini membuat kesehatan sosial–emosional yang baik akan menurunkan perilaku seseorang, begitu pula sebaliknya.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara kesehatan sosial – emosional dan perilaku konsumtif. Hal ini diasumsikan bahwa semakin rendah tingkat kesehatan sosial – emosional maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin tinggi tingkat kesehatan sosial – emosional maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Untuk menjawab tujuan dan hipotesis penelitian yang diajukan, maka penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif dan desain penelitian korelasional dengan melibatkan variabel penelitian sebagai berikut :

1. Variabel dependen : Perilaku Konsumtif
2. Variabel independen : Kesehatan Sosial-Emosional

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai perilaku membeli barang yang tidak dibutuhkan secara berlebihan berdasarkan keinginan dan kesenangan. Secara operasional, perilaku konsumtif akan diukur menggunakan skala yang mengacu pada aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Engel dkk (2002). Aspek-aspek perilaku konsumtif tersebut antara lain impulsif, tidak rasional dan pemborosan. Tingkat perilaku konsumtif akan diketahui melalui skor yang diperoleh dari skala yang telah diisi oleh responden. Semakin tinggi skor yang diperoleh akan menunjukkan semakin tinggi perilaku konsumtif responden. Sebaliknya, semakin rendah skor yang diperoleh maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtif responden

2. Kesehatan sosial-emosional

Kesehatan sosial-emosional adalah pengembangan kompetensi sosial perilaku seseorang dalam interaksi positif dengan orang lain dan lingkungannya. Aspek-aspek yang digunakan dalam penelitian ini antara lain kepercayaan pada diri, kepercayaan pada orang lain, kompetensi emosi dan keterlibatan hidup yang merujuk dari Furlong dkk (2016) dari Survey Kesehatan sosial-emosional Pendidikan Tertinggi terdiri dari 36 aitem yang bertujuan untuk mengungkap penilaian subjektif responden terhadap kesehatan sosial-emosional terhadap dirinya, sejauhmana responden menunjukkan kegigihan, kontrol diri, regulasi emosi dan tanggung jawab yang dimilikinya. Semakin tinggi skor maka semakin tinggi kesehatan sosial-emosional responden. Sebaliknya semakin rendah skor, maka semakin rendah pula kesehatan sosial-emosional tersebut.

C. Responden Penelitian

Responden pada penelitian ini adalah remaja berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan dengan usia 18-25 tahun dan berstatus sebagai mahasiswa

D. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode *self-report* berbentuk kuesioner. Kuesioner penelitian ini terdiri atas:

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif diadaptasi dari aspek-aspek perilaku konsumtif yang dinyatakan oleh Engel, Blackwell dan Miniard (2002). Skala ini berisi 30 aitem dengan pernyataan *favorable* dan *unfavorable* dengan 5 alternatif jawaban skala *likert*, yaitu untuk pernyataan *favorable* Selalu (5), Sangat Sering (4), Sering (3), Jarang (2) dan Tidak Pernah (1) sedangkan untuk *unfavorable* alternatif jawaban sebaliknya yaitu Tidak Pernah (5), Jarang (4), Sering (3), Sangat Sering (2), dan Selalu (1)

Nilai total keseluruhan akan menunjukkan skor perilaku konsumtif yang dirasakan subjek. Semakin tinggi skor yang diperoleh maka semakin tinggi perilaku konsumtif subjek dan begitupun sebaliknya

Tabel 1
Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Butir <i>favorable</i>		Butir <i>unfavorable</i>	
	Nomor butir	Jumlah	Nomor butir	Jumlah
Impulsif	1, 3, 10, 13, 15, 32	6	5, 7, 9, 12, 23, 31	6
Tidak Rasional	2, 4, 16, 19, 20, 21, 27	7	6, 17, 18, 28	4
Pemborosan	11, 14, 22, 25, 26, 29, 30	7	8, 24, 33	3
Jumlah		20	13	

2. Skala Kesehatan sosial-emosional

Skala kesehatan sosial-emosional yang merujuk dari Furlong dkk (2016). terdiri dari 36 aitem dengan tujuan untuk mengungkap bagaimana seseorang mampu mengukur tingkat kesehatan sosial-emosional dalam diri seseorang terhadap lingkungannya

Pola dasar pengukuran Skala kesehatan sosial-emosional ini disusun

dengan menggunakan Skala *Likert* dengan 6 (enam) alternatif jawaban, yaitu Sangat Sesuai (6), Sesuai (5), Cukup Sesuai (4), Kadang-kadang Sesuai (3), Tidak Sesuai (2), Sangat Tidak Sesuai (1). Untuk penelitian ini, penilaian dilakukan pada keempat aspek dimana setiap aspek memiliki cabang domain. Semakin tinggi skor semakin tinggi juga kesehatan emosi sosial pada remaja. Sebaliknya, semakin rendah skor maka semakin rendah kesehatan emosi sosial pada remaja tersebut

Tabel 2
Blue Print Kesehatan sosial-emosional

Dimensi	Domain	Nomor Aitem (favorable)	Jumlah Aitem
Kepercayaan Diri	Efikasi Diri	1,2,3	3
	Kegigihan	4,5,6	3
	Kesadaran Diri	7,8,9	3
Kepercayaan Terhadap Orang Lain	Dukungan Keluarga	10,11,12	3
	Dukungan Institusi	13,14,15	3
	Teman Sebaya	16,17,18	3
Kompetensi Emosi	Penilaian Kognitif	19,20,21	3
	Empati	22,23,24	3
	Regulasi Diri	25,26,27	3
Keterlibatan Hidup	Kebersyukuran	28,29,30	3
	Semangat	31,32,33	3
	Optimis	34, 35, 36	3
Jumlah			36

E. Validitas dan Reliabilitas

Validitas dan reliabilitas merupakan hal yang penting bagi alat ukur. Validitas alat ukur mengacu pada pengertian sejauhmana interpretasi skor sebuah alat ukur didukung oleh bukti-bukti empiris yang relevan dengan apa yang seharusnya diukur. Validitas adalah karakteristik utama yang harus dimiliki setiap skala berdasarkan cara estimasi yang disesuaikan dengan sifat dan fungsi suatu

test, tipe validitas pada umumnya digolongkan dalam tiga kategori besar, yaitu validitas isi, validitas kontrak, dan validitas berdasarkan kriteria (Azwar, 2014). Berikut ini adalah langkah-langkah yang dilakukan peneliti dalam mengupayakan dan menjamin validitas alat ukur penelitian :

1. Memilih alat ukur perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional dari penelitian sebelumnya dan jurnal internasional yang terdapat informasi psikometrik dari alat ukur yang dipilih
2. Melakukan translasi alat ukur dari bahasa Inggris ke dalam bahasa Indonesia dengan *back translate* untuk menemukan konteks yang lebih tepat dari setiap aitem dan diharapkan akan lebih mudah dipahami oleh responden penelitian
3. Meminta *professional judgment* terkait validitas isi alat ukur yaitu dimensi relevansi (apakah aitem-aitem yang ada di alat ukur berisi aitem-aitem yang benar-benar berhubungan dengan tujuan pengukuran) dan dimensi komprehensif (apakah aitem-aitem yang ada di alat ukur sudah mewakili semua aspek teoritis yang mendasari kontrak alat ukur).

Sedangkan reliabilitas alat ukur merujuk pada konsistensi atau keajegan hasil pengukuran. Tinggi rendahnya reliabilitas alat ukur ditunjukkan oleh koefisien reliabilitas Cronbach yang bergerak dari 0 sampai 1. Alat ukur dikatakan reliabel apabila minimal koefisien reliabilitas Cronbach = 0.70. Koefisien Reliabilitas Cronbach akan dihitung dengan bantuan program *SPSS versi 23 for windows*

F. Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis korelasi *product moment* dari *Pearson* apabila data dalam penelitian ini terdistribusi normal dan linier, atau menggunakan analisis korelasi *Spearman's Rho* apabila data dalam penelitian ini tidak terdistribusi normal dan tidak linier. Penggunaan metode ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif. Analisis data penelitian yang diperoleh dalam bentuk angka dianalisis dengan menggunakan bantuan *SPSS 23.0 for windows*.

BAB IV

PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kacah

Penelitian mengenai perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional dilakukan di Kota Balikpapan. Penelitian ini melibatkan 176 mahasiswa-mahasiswi aktif dengan jumlah laki-laki sebanyak 62 orang dan perempuan 114 orang dengan rentang usia 18-25 tahun dari di salah satu Perguruan Tinggi yang ada di kota Balikpapan. Mahasiswa-mahasiswi yang kuliah di Perguruan Tinggi tersebut tidak hanya berdomisili dari sekitaran kota, akan tetapi hingga daerah-daerah Kabupaten lain yang ada di Kalimantan Timur juga menempuh pendidikan di Perguruan Tinggi tersebut

Selain kegiatan belajar, kampus tersebut juga memiliki berbagai macam kegiatan yang diantaranya adalah kegiatan organisasi Himpunan maupun Badan Eksekutif serta Unit Kegiatan Mahasiswa. Harapan dari adanya kegiatan organisasi maupun UKM dari pihak Universitas sebagai upaya mahasiswa-mahasiswi dapat mengembangkan diri untuk lebih mandiri dan mampu menyampaikan pendapat dan menjadi sumber daya yang lebih unggul

Peneliti memilih melakukan penelitian di Perguruan Tinggi tersebut karena tempatnya berada di tengah kota dan dekat dengan tempat hiburan, seperti pusat perbelanjaan, *cafe*, dan sebagainya. Serta banyaknya mahasiswa-mahasiswi yang terlihat di tempat hiburan tersebut karena terjangkau jarak

antara tempat hiburan dengan kampus saat selesai kuliah atau kegiatan lainnya.

2. Persiapan Penelitian

Berikut ini adalah persiapan-persiapan yang dilakukan peneliti sebelum melaksanakan pengambilan data penelitian:

a. Persiapan Alat Ukur

Persiapan selanjutnya yang dilakukan adalah persiapan alat ukur penelitian. Adapun persiapan alat ukur penelitian tersebut meliputi perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional dari penelitian sebelumnya dan jurnal internasional yang terdapat informasi psikometrik dari alat ukur yang dipilih

Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan adaptasi dari tiga aspek yaitu impulsif, tidak rasional, dan pemborosan dari teori Engel dkk (2002). Peneliti mengadaptasi skala tersebut dengan menggunakan seluruh butir pernyataan. Jumlah aitem yang direncanakan dalam skala ini adalah 33 aitem

Skala kesehatan sosial-emosional digunakan pada penelitian ini merupakan adaptasi yang disusun oleh Furlong dkk (2016) yang berjumlah empat aspek terdiri dari kepercayaan pada diri, kepercayaan pada orang lain, kompetensi emosi dan keterlibatan hidup yang berjumlah 36 aitem.

b. Uji Coba Alat Ukur

Penelitian dilakukan dengan melakukan uji coba terhadap alat ukur perilaku konsumtif dan skala kesehatan sosial-emosional tersebut dengan membagikan angket kepada mahasiswa-mahasiswi yang bersangkutan berjumlah 53 orang dengan melibatkan 18 orang laki-laki dan 35 orang perempuan. Kuesioner yang telah dibagikan dan memenuhi kriteria dengan mengisi pernyataan dan identitas secara lengkap akan dianalisis lebih lanjut

c. Hasil Uji Coba Alat Ukur

Hasil dari uji coba alat ukur tersebut selanjutnya dianalisis untuk mengetahui nilai validitas dan reliabilitas masing-masing aitem pada kedua alat ukur yang digunakan. Proses analisis ini peneliti menggunakan program *SPSS 23 for windows*. Indeks validitas dan reliabilitas yang didapat dari proses analisis ini berguna untuk melakukan seleksi aitem. Aitem yang dinyatakan gugur tersebut adalah aitem yang memiliki nilai korelasi aitem-total kurang dari 0,3 (Azwar, 2014)

d. Uji Validitas Reliabilitas

Pengujian data untuk uji validitas alat ukur dilakukan dengan menggunakan *software SPSS 23 for windows*. Indeks validitas dan realibilitas yang didapat dari proses analisis ini berguna untuk melakukan seleksi aitem. Aitem yang dinyatakan gugur tersebut adalah aitem yang memiliki nilai korelasi aitem total kurang 0,3 (Azwar, 2014)

Berdasarkan hasil uji coba alat ukur yang telah dilakukan, maka didapatkan hasil sebagai berikut :

1) Skala Perilaku Konsumtif

Hasil analisis uji coba menunjukkan bahwa dari 33 aitem terdapat 21 aitem yang dinyatakan sah dan 12 aitem dinyatakan gugur. Adapun aitem yang gugur yaitu nomer 3, 5, 9, 10, 13, 17, 18, 23, 24, 30, 31, dan 33. Sementara aitem-aitem yang sah bergerak antara 0.355 sampai 0.843. Koefisien realibilitas *cronbach's alpha* dari skala perilaku konsumtif ini adalah 0.927

Tabel 3

Distribusi Aitem Skala Perilaku Konsumtif setelah Uji Coba

Aspek	Nomor Pernyataan		Jumlah
	<i>Favorable</i>	<i>Unfavorable</i>	
Impulsif	1(1), 15(10), 32(21)	7(5), 12(8)	5
Tidak Rasional	2(2), 4(3), 16(11), 19(12), 20(13), 21(14), 27(18)	6(4), 28(19)	9
Pemborosan	11(7), 14(9), 22(15), 25(16), 26(17), 29(20)	8(6)	7
Total			21

Keterangan: Angka dalam kurung () adalah nomor urut aitem setelah dilakukan uji coba

2) Skala Kesehatan Sosial–Emosional

Hasil analisis uji coba menunjukkan bahwa dari 36 aitem terdapat 30 aitem yang dinyatakan sah dan 6 aitem dinyatakan gugur. Adapun aitem yang gugur yaitu nomer 1, 9, 18, 22, 31, dan 36. Sementara aitem-aitem yang sah bergerak antara 0.344 sampai 0.653. Koefisien realibilitas *cronbach's alpha* dari skala *social emotional health* ini adalah 0.897

Tabel 4*Distribusi Aitem Skala Kesehatan Sosial–Emosional Setelah Uji Coba*

Aspek	Nomor Pernyataan	Jumlah
Kepercayaan Diri	2(1), 3(2), 4(3), 5(4), 6(5), 7(6), 8(7)	7
Kepercayaan Terhadap Orang Lain	10(8), 11(9), 12(10), 13(11), 14(12), 15(13), 16(14), 17(15)	8
Kompetensi Emosi	19(16), 20(17), 21(18), 23(19), 24(20), 25(21), 26(22), 27(23)	8
Keterlibatan Hidup	28(24), 29(25), 30(26), 32(27), 33(28), 34(29), 35(30)	8
Total		30

Keterangan: Angka dalam kurung () adalah nomor urut aitem setelah dilakukan uji coba

B. Laporan Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilakukan disalah satu Universitas di Balikpapan dari satu Fakultas Vokasi dan tiga Fakultas Non Vokasi. Pengambilan data berlangsung pada tanggal 6 Januari hingga 10 Januari 2018 dengan membagikan angket dari masing-masing kelas yang telah ditentukan oleh pihak Fakultas. Pembagian angket dilakukan secara individual, yakni peneliti membagikan angket secara langsung kepada responden satu-persatu. Kemudian, peneliti menjelaskan petunjuk pengisian angket yang terdapat di lembar kuesioner tersebut untuk meminta responden menjawab pernyataan sesuai dengan keadaan yang responden alami. Pengambilan data memakan waktu kurang lebih 15 menit untuk setiap kelasnya

C. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Responden Penelitian

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari pengumpulan data pada penelitian ini terdapat gambaran umum mengenai data demografik mengenai responden penelitian baik dari jenis kelamin, uang saku, tempat menghabiskan waktu luang dan aktivitas di luar kuliah. Berikut adalah tabel data responden dalam penelitian ini:

Tabel 5

Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	62	35.28%
2.	Perempuan	114	64.72%
	Total	176	100%

Tabel 6

Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Uang Saku

No.	Uang Saku	Jumlah	Persentase (%)
1.	< Rp 500.000	48	27.3%
2.	Rp 500.000 – 1.000.000	61	34.7%
3.	Rp 1.000.000 – 2.000.000	37	21%
4.	>Rp 2.000.000	30	17%
	Jumlah	176	100%

Tabel 7

Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Aktivitas Diluar Kuliah

No.	Aktivitas diluar kuliah	Jumlah	Persentase (%)
1.	Jalan-jalan	62	35.2%
2.	Kerja	47	26.7%
3.	Organisasi	22	12.5%
4.	Olahraga	23	13.1%
5.	Gaming	9	5.1%
6.	Kursus	11	6.3%
7.	Belajar	2	1.1%
	Jumlah	176	100%

Tabel 8

Deskripsi Responden Penelitian Berdasarkan Tempat Menghabiskan Waktu Luang

No.	Tempat menghabiskan waktu luang	Jumlah	Persentase (%)
1.	Rumah	66	37.5%
2.	Mall	38	21.6%
3.	Cafe	25	14.2%
4.	Lapangan	10	5.7%
5.	Kantor	10	5.7%
6.	Perpustakaan	6	3.4%
7.	Sekretariat	3	1.7%
8.	Pantai	6	3.4%
9.	Kampus	4	2.3%
10.	Kantin	6	3.4%
11.	Tempat Wisata	2	1.1%
Jumlah		176	100%

Berdasarkan data deskripsi responden penelitian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini melibatkan 176 orang. Subjek berjenis kelamin perempuan lebih banyak daripada subjek laki-laki dengan jumlah 114 orang. Kemudian, berdasarkan uang saku dari beberapa responden paling banyak berada pada kategori uang saku Rp 500.000 – 1.000.000 dan memiliki aktivitas diluar kuliah lebih banyak melakukan jalan-jalan dibandingkan kegiatan lain seperti belajar dilihat dari hasil jawaban terendah. Subjek lebih banyak menjawab menghabiskan waktu luang di rumah dibandingkan ke mall dan *cafe*

2. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan analisis data yang dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh deskripsi data penelitian yang berstatistik deskriptif berupa skor maksimal (X_{max}), skor minimal (X_{min}), rata-rata skor (*mean*), dan simpangan baku

(SD). Berikut hasil analisis statistik deskriptif. Deskripsi data penelitian bertujuan untuk mengetahui tinggi dan rendahnya perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional. Berikut deskripsi data penelitian:

Tabel 9
Deskripsi Data Penelitian

Kelompok	Empirik			
	Xmax	Xmin	Mean	SD
Perilaku Konsumtif	102	31	64.24	14.660
Kesehatan sosial-emosional	174	81	135.13	19.870

Berdasarkan tabel diatas, hasil rata-rata skor (*mean*), dan simpangan baku (SD) empirik tersebut, kemudian dapat digunakan untuk menyusun pedoman kategorisasi pada data. Pengkategorian data dibagi menjadi lima kategori berdasarkan norma *percentil*. Kategorisasi menurut norma *percentil* dapat dilihat pada tabel 11

Tabel 10
Kategorisasi Berdasarkan Norma Percentil

Percentil	Kategorisasi
$X < P20$	Sangat Rendah
$P20 \leq X < P40$	Rendah
$P40 \leq X < P60$	Sedang
$P60 \leq X \leq P80$	Tinggi
$X > P80$	Sangat Tinggi

Berdasarkan norma kategorisasi skala pada tabel diatas, kemudian responden penelitian dikelompokkan ke dalam lima kategori pada masing-masing variabel. Berikut pengelompokkan kategori responden pada penelitian ini:

Tabel 11*Kategorisasi responden berdasarkan Perilaku Konsumtif*

Variabel	Rentang Skor	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
Perilaku Konsumtif	$X < 50.4$	Sangat Rendah	35	19.9%
	$50.4 \leq X < 60$	Rendah	29	16.5%
	$60 \leq X < 67.2$	Sedang	42	23.8%
	$67.2 \leq X \leq 74.6$	Tinggi	36	20.5%
	$X > 74.6$	Sangat Tinggi	34	19.3%
Total			176	100%

Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat nilai *mean* dari perilaku konsumtif 64.24 yang masuk dalam kategori sedang dan memiliki frekuensi sebesar 42 orang atau sebanyak 23.8% dari jumlah responden

Tabel 12*Kategorisasi responden berdasarkan Kesehatan Sosial-Emosional*

Variabel	Rentang Skor	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
Kesehatan sosial-emosional	$X < 119$	Sangat Rendah	33	18.8%
	$119 \leq X < 131$	Rendah	36	20.4%
	$131 \leq X < 141$	Sedang	34	19.3%
	$141 \leq X \leq 152.6$	Tinggi	38	21.6%
	$X > 152.6$	Sangat Tinggi	35	19.9%
Total			176	100%

Berdasarkan data yang diperoleh, didapatkan hasil sebaran data yang merata. Nilai *mean* dari kesehatan sosial–emosional sebesar 135.13 yang masuk dalam kategori sedang dan frekuensi terbanyak terdapat pada kategorisasi tinggi dengan jumlah responden 38 orang atau 21.6% dari jumlah responden

3. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak normal. Normalitas suatu data yang penting

karena dengan data yang berdistribusi normal, maka data tersebut akan dianggap dapat mewakili suatu populasi. Data dikatakan normal apabila $p > 0,05$ sedangkan data dianggap tidak normal apabila $p < 0,05$. Uji normalitas dilakukan dengan bantuan program komputer untuk analisis statistika yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23 for Windows. Berikut hasil uji normalitas yang dilakukan:

Tabel 13
Uji Normalitas

Variabel	Signifikansi (p)	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0.200	Normal
Kesehatan sosial-emosional	0.200	Normal

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan hasil bahwa pada penelitian ini variabel perilaku konsumtif memiliki distribusi data yang normal dengan signifikansi $p = 0.200$ ($p > 0.05$) dan variabel kesehatan sosial-emosional memiliki distribusi data yang normal dengan signifikansi $p = 0.200$ ($p > 0.05$)

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau tidak antara variabel dependen dengan variabel independen. Kedua variabel akan dikatakan linear apabila $p < 0.05$ dan dikatakan tidak linear apabila $p > 0.05$. Uji linearitas dilakukan dengan bantuan program komputer untuk analisis statistika yaitu SPSS (*Statistical Product and*

Service Solutions) versi 23.0 for Windows. Berikut hasil uji linearitas yang dilakukan:

Tabel 14
Uji Linearitas

Variabel	Koefisien Linearitas (F)	Signifikansi (p)	Keterangan
Kesehatan sosial-emosional dan Perilaku Konsumtif	0.406	0.526	Tidak Linear

Berdasarkan tabel diatas, didapatkan hasil bahwa pada penelitian ini variabel perilaku konsumtif dan variabel kesehatan sosial-emosional memiliki distribusi data yang tidak linear dengan $F = 0.406$ dan signifikansi $(p) = 0.526$ ($p < 0.05$) yang berarti bahwa data tidak linear

4. Uji Hipotesis

Hasil dari uji normalitas dan linearitas menunjukkan bahwa distribusi dari penyebaran data pada skala perilaku konsumtif dan skala kesehatan sosial-emosional tersebut menunjukkan hubungan keduanya normal tetapi tidak linear. Sehingga dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* dari *Spearman*. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan negatif antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa maka semakin rendah kesehatan sosial emosi. Sebaliknya, semakin rendah perilaku konsumtif maka semakin tinggi kesehatan sosial-emosional

Tabel 15
Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien Korelasi (r)	Signifikansi (p)	Keterangan
Kesehatan sosial-emosional terhadap Perilaku Konsumtif	-0.033	0.330	Tidak Signifikan

Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa $r = -0.033$ dengan $p = 0.330$ ($p < 0,05$) yang menunjukkan tidak adanya hubungan atau korelasi antara variabel kesehatan sosial-emosional terhadap variabel perilaku konsumtif pada mahasiswa menunjukkan bahwa hipotesis **ditolak**

5. Analisis Tambahan

a. Uji Regresi Aspek Kesehatan Sosial–Emosional

Uji regresi pada penelitian ini menggunakan bantuan komputer analisis statistika *SPSS* versi *23.0 for Windows* Berikut hasil uji regresi yang dilakukan:

Tabel 16
Uji Regresi

Aspek Kesehatan sosial-emosional	r	R ²	p	Keterangan
Kepercayaan Pada Diri	0.094	0.009	0.213	Tidak Signifikan
Kepercayaan Pada Orang Lain	0.052	0.003	0.497	Tidak Signifikan
Kompetensi Emosi	0.031	0.001	0.685	Tidak Signifikan
Keterlibatan Hidup	0.019	0.000	0.800	Tidak Signifikan

Berdasarkan hasil dari uji regresi untuk mengetahui aspek dari kesehatan sosial-emosional mana yang paling berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada responden. Terdapat hasil nilai signifikansi ($p = 0.213$; $p = 0.497$; $p = 0.685$; $p = 0.800$) yang menunjukkan tidak terdapat

hasil yang signifikan untuk setiap aspek dari kesehatan sosial-emosional pada perilaku konsumtif

b. Uji Korelasi Berdasarkan Jenis Kelamin

Uji korelasi berdasarkan Jenis kelamin pada penelitian ini menggunakan bantuan program komputer untuk analisis statistika yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23.0 for Windows.

Berikut hasil uji korelasi yang dilakukan:

Tabel 17

Uji Korelasi Berdasar Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	r	R ²	P
Laki-Laki	-0.384	0.147	0.001
Perempuan	0.221	0.048	0.009

Berdasarkan hasil uji korelasi berdasarkan jenis kelamin yang telah dilakukan menunjukkan nilai $r = -0.384$ dengan $p = 0.001$ ($p < 0.05$) untuk laki-laki dan nilai $r = 0.221$ dengan $p = 0.009$ ($p < 0.05$) untuk perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin laki-laki berkorelasi negatif dan perempuan berkorelasi positif. Hal tersebut dapat dilihat dari koefisien determinasi (r^2) yang menunjukkan 0,147. Artinya 14.7% dari kesehatan sosial-emosional menyumbang perilaku konsumtif pada laki-laki, sedangkan koefisien determinasi (r^2) yang didapatkan perempuan menunjukkan 0.048 atau sebanyak 4.8% kesehatan sosial-emosional menyumbang perilaku konsumtif pada perempuan

c. Uji Korelasi Berdasarkan Uang Saku

Uji korelasi berdasarkan uang saku pada penelitian ini menggunakan bantuan program komputer untuk analisis statistika yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23.0 for Windows.

Berikut hasil uji korelasi yang dilakukan:

Tabel 18

Uji Korelasi Berdasarkan Uang Saku

Variabel	Statistik Deskriptif	r	p
Kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif	<Rp 500.000	-0.194	0.093
	Rp 500.000-1.000.000	0.003	0.491
	Rp 1.000.000 – 2.000.000	0.143	0.200
	>Rp 2.000.000	-0.283	0.065

Berdasarkan hasil uji korelasi berdasarkan uang saku yang telah dilakukan, didapatkan hasil yang tidak signifikan berdasarkan uang saku < Rp 500.000 hingga > Rp 2.000.000. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil yang tidak signifikan dengan ($p = 0.093$; $p = 0.491$; $p = 0.200$; $p = 0.065$) yang menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kesehatan sosial-emosional dengan perilaku konsumtif berdasarkan uang saku

d. Uji Beda Berdasarkan Jenis Kelamin

Peneliti melakukan analisa terhadap perbedaan tingkat perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional berdasarkan jenis kelamin dengan menggunakan *Independent sample t-test* yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 19*Uji Beda antar variabel berdasarkan Jenis Kelamin*

Variabel	Jenis Kelamin	Mean	F	p
Perilaku Konsumtif	Laki-laki	62.56	1.302	0.255
	Perempuan	65.15		
Kesehatan sosial-emosional	Laki-laki	133.66	0.130	0.719
	Perempuan	135.92		

Berdasarkan hasil analisis uji beda antar jenis kelamin diketahui bahwa hasil tingkat perbedaan baik dalam perilaku konsumtif maupun kesehatan sosial-emosional antara laki-laki dan perempuan menunjukkan tidak ada perbedaan, terlihat dari hasil signifikansi untuk perilaku konsumtif $p = 0.255$ dan $p = 0.719$

e. Uji Anova Berdasarkan Uang Saku

Uji Anova berdasarkan uang saku pada penelitian ini menggunakan *One Way Anova* dengan bantuan program komputer untuk analisis statistika yaitu SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 23.0 for Windows. Berikut hasil uji anova yang dilakukan:

Tabel 20*Uji Anova berdasarkan Uang Saku*

Variabel	Uang Saku	Mean	F	p
Perilaku Konsumtif	< Rp 500.000	59.46	2.601	0.054
	Rp 500.000-1.000.000	65.59		
	Rp 1.000.000-2.000.000	67.54		
	> Rp 2.000.000	65.07		
Kesehatan sosial-emosional	< Rp 500.000	134.23	0.864	0.461
	Rp 500.000-1.000.000	132.72		
	Rp 1.000.000-2.000.000	136.86		
	> Rp 2.000.000	139.30		

Berdasarkan uji anova berdasarkan uang saku yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa tidak ada perbedaan perilaku konsumtif

dan kesehatan sosial-emosional berdasarkan uang saku dengan hasil $p = 0.054$ dan $p = 0.461$

D. Pembahasan

Penelitian ini menunjukkan tidak ada hubungan antara kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Tidak ada hubungan antara keduanya dapat dilihat juga dari setiap aspek pada kesehatan sosial-emosional tidak terdapat peranan tersendiri atas perilaku konsumtif yang muncul pada responden. Secara umum penelitian ini menunjukkan tidak terdapat hubungan antar keduanya yang sejalan dengan pendapat Lauster (2002) yang mengungkapkan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan seseorang untuk bebas dan melakukan hal-hal yang sesuai dengan keinginan dan mengenal kelebihan dan kekurangan diri sendiri dan penelitian lain oleh Susanti (2016) mengenai kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif yang menyatakan bahwa setiap individu memiliki pemikiran yang berbeda-beda tergantung dari lingkungan sekitar individu itu sendiri tanpa harus berperilaku konsumtif untuk meningkatkan rasa kepercayaan pada dirinya karena kepercayaan diri tidak menjadi salah satu penyebab orang untuk berperilaku konsumtif apabila orang tersebut sudah memahami kelebihan dan kekurangan yang dimilikinya

Penelitian dari Cruice, Worrall, Hickson dan Murison (2003) menjelaskan bahwa individu yang memiliki kualitas hidup yang baik, interaktif dengan lingkungan, komunikatif dan mampu bersosialisasi dengan baik akan memiliki kesehatan sosial-emosional yang baik pula, dilihat dari hasil penelitian ini

responden memiliki hubungan baik dengan lingkungannya baik dari keluarga maupun teman sebaya yang sejalan dengan penelitian Rahayu (2013) lingkungan mempengaruhi seseorang untuk mengkonsumsi suatu barang karena adanya informasi serta sosialisasi yang diberikan

Kemudian, pada kepercayaan diri pada orang lain maupun lingkungan sekitar seseorang dari kesehatan sosial-emosional terdapat pada penelitian (Suminar & Meiyuntari, 2015) yang menyatakan bahwa tidak ada hubungan antara pengaruh teman sebaya dan perilaku konsumtif. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan dari (Suryanto, 2012) bahwa pengaruh teman sebaya dapat diterima tergantung dari kecenderungan individu untuk mengubah persepsi, opini dan perilaku mereka sehingga sesuai dengan norma-norma kelompok yang ada pada kelompok teman sebaya tersebut

Kemudian, pendapat dari Ghufro dan Risnawati (Erlyanawati, 2016) yang menjelaskan bahwa seseorang mampu mengontrol dirinya apabila dari perilaku individu tersebut mampu mengambil tindakan, proses berpikir, pengambilan keputusan dan pengetahuan atau informasi yang didupakannya mampu tersaring dengan baik sesuai dengan kepercayaan yang dimilikinya

Furlong dkk (2016) menjelaskan bahwa salah satu aspek kesehatan sosial-emosional dari keterlibatan hidup berarti bertanggung jawab atas keputusan yang telah diambil oleh individu tersebut. Hal itu menjadikan pengambilan keputusan merupakan bentuk tanggung jawab pada individu dan keyakinan yang muncul atas keputusan yang telah diambilnya tersebut. Sejalan dengan (Shiffman & Kanuk, 2008) bahwa seseorang yang bertanggung jawab atas keputusannya dalam

membeli suatu barang dikarenakan adanya beberapa hal yang mendukung, seperti pengalaman positif dari barang atau jasa yang digunakan, rasa senang dan kepuasan memiliki barang-barang tersebut dan munculnya pemahaman diri untuk menghibur diri sendiri

Penelitian ini juga menambahkan beberapa analisis tambahan lainnya sebagai data pendukung dari data demografik responden yang diantaranya terdapat temuan tidak ada perbedaan perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional berdasarkan jenis kelamin. Hal tersebut dapat dilihat dari sebaran data yang tidak merata dari jumlah laki-laki 62 orang dan perempuan hampir dua kali lipat dengan jumlah 114 orang. Akan tetapi, baik laki-laki maupun perempuan memiliki masing-masing cara tersendiri dalam kegiatan berbelanja. Perempuan lebih tertarik dengan warna dan bentuk sedangkan laki-laki sering tidak sabar dalam memilih barang yang akan dibeli (Munandar, 2001). Pada perbedaan kesehatan sosial-emosional berdasarkan jenis kelamin juga menunjukkan hasil tidak ada perbedaan. Hal ini sejalan dengan penelitian dari You dkk (2014) yang menjelaskan bahwa berdasarkan gender pada remaja tidak ditemukannya perbedaan tingkat keseimbangan dan konstruksi dari keyakinan, kesadaran dan kegigihan antara laki-laki maupun perempuan

Hanya saja, dari tidak adanya perbedaan tersebut terdapat temuan menarik mengenai kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif berdasarkan jenis kelamin dimana perempuan menunjukkan hasil semakin tinggi kesehatan sosial-emosional maka semakin tinggi perilaku konsumtif, sedangkan laki-laki menunjukkan semakin tinggi kesehatan sosial-emosional maka semakin rendah

perilaku konsumtif begitu pula sebaliknya. Hal ini sejalan dengan pendapat (Kusumowidagdo, 2010) bahwa perilaku berbelanja yang ada pada perempuan dan laki-laki memiliki cara dan karakteristik masing-masing. Laki-laki akan berbelanja secara *utilitarian* atau membeli barang sesuai dengan manfaatnya, sedangkan perempuan kebanyakan berbelanja secara *hedonis* atau berbelanja untuk memenuhi kenikmatan maupun kesenangan yang ada pada perasaannya.

Pernyataan lainnya juga didukung oleh Engel dkk (2002) bahwa konsumen perempuan memiliki karakteristik yang membuat perilaku membelinya jadi kurang efisien karena perempuan mudah tertarik pada *mode*, mudah terbujuk rayuan penjual, kurang realistis dan sebagainya. Kemudian, Yuliantari dan Herdiyanto (2015) juga menuliskan bahwa banyak kasus remaja putri berbelanja secara berlebihan dan menimbulkan perilaku konsumtif, tetapi remaja putri tetap mampu untuk menciptakan rasa nilai berharga pada dirinya sebagai pertumbuhan positif dalam lingkungannya. Hal itu membuat remaja putri lebih merasa pandai, terampil dan memiliki penampilan yang menarik dilingkungannya (Myers, 2012)

Selain itu, Engel dkk (2002) menjelaskan bahwa konsumen wanita merupakan figur besar dalam melakukan pembelanjaan secara emosional dibandingkan dengan laki-laki yang jauh lebih rasional. Hal itu disebabkan hubungan erat emosional dan konsep berbelanja pada perempuan yang kemampuan untuk mengontrol dirinya pada saat berbelanja lebih kurang mampu sehingga perilaku konsumtif pada wanita lebih besar dibandingkan laki-laki.

Berbelanja merupakan bentuk kesenangan yang ada pada perempuan sebagai bentuk peningkatan rasa harga diri dan penampilan yang ada pada dirinya.

Sedangkan laki-laki lebih merasa berbelanja bukanlah suatu hal yang dapat dilakukan untuk mencari kepuasan dan kesenangan pada mereka. Sehingga, kebanyakan perempuan yang sedang merasa depresi atau stres akan mencari kesenangannya melalui berbelanja (Wells, 1975).

Adapula menurut Munandar (2001) yang menuliskan laki-laki kurang menyukai kegiatan berbelanja karena laki-laki biasanya berbelanja hanya sesuai kebutuhan. Adapula menurut Tooy (2015) yang menjelaskan sisi lain dari laki-laki saat berbelanja, mereka tidak menemukan kesenangan dalam mencari, mencoba dan memilih barang-barang melainkan mereka lebih mudah terpengaruh pada bujukan penjual karena merasa tidak enak apabila tidak membeli barang yang ditawarkan

Wathani (2009) juga menuliskan bahwa dalam berbelanja perempuan akan cenderung menghargai produk secara simbolis dan emosional, sedangkan laki-laki menghargai suatu produk secara fungsional. Penelitian sebelumnya juga dibahas oleh Ratnasari dan Suleeman (2017) mengenai regulasi emosi dan penilaian kognitif yang ada pada laki-laki dan perempuan bahwa laki-laki dituntut untuk mampu mengendalikan emosi dan menekan ekspresi emosi khususnya dalam memutuskan untuk membeli suatu barang, sedangkan perempuan lebih banyak menampilkan emosi

Berdasarkan dari perbedaan karakteristik dari laki-laki dan perempuan dalam hal berbelanja, dapat dikatakan bahwa secara kesehatan sosial-emosional, perempuan akan mencari kesenangan dan terdapat rasa kebahagiaan yang muncul saat berbelanja, hal ini membuat tingkat kesejahteraan psikologis dan kepuasan

hidup perempuan menjadi lebih tinggi (Furlong dkk, 2016). Sedangkan untuk laki-laki, berbelanja tidak menjadikan hal yang menyenangkan diri mereka.

Hal ini didukung dari wawancara penulis dengan salah satu responden bahwa kebanyakan laki-laki mencari kesenangan tidak hanya dengan berbelanja, tetapi masih banyak hal dan kegiatan-kegiatan yang bisa dilakukan dengan bermain berolahraga, *gaming*, berkumpul dengan teman-teman dan sebagainya tanpa harus menghabiskan uang untuk berbelanja dan mencari kesenangan semata. Berbelanja yang dilakukan oleh responden lebih banyak untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya

Sedangkan, hasil wawancara pada salah satu responden perempuan menunjukkan bahwa mereka sering pergi ke mall ketika selesai kuliah ataupun mengisi waktu luang. Berbagai hal dilakukan salah satunya karena lokasi mall yang dekat dengan kampus membuat mereka lebih menyukai ke mall karena jarak yang tidak begitu jauh dan sesekali biasanya mereka membeli suatu barang karena terlihat menarik dan kepikiran apabila tidak membelinya sebelum pulang kerumah

Penemuan lain pada penelitian ini terdapat tidak ada perbedaan perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional berdasarkan uang saku dan tidak ada hubungan antara kesehatan sosial-emosional dengan perilaku konsumtif berdasarkan uang saku. Hasil temuan perilaku konsumtif berdasarkan uang saku sendiri tidak harus didukung dengan adanya dukungan finansial yang dimiliki seseorang karena pengelolaan uang dari setiap orang berbeda-beda. Tergantung bagaimana keputusan serta pertimbangan seseorang untuk menghabiskan atau membelanjakan uang sesuai kebutuhan atau keinginan mereka (Yamauchi &

Templer, 1982). Selain itu, uang saku juga tidak mempengaruhi seseorang untuk berperilaku konsumtif terutama pada orang yang diberikan uang saku dengan pola harian yang membuat jumlah uang terlihat semakin sedikit, setiap orang yang memiliki uang saku berapa pun jumlah uangnya tergantung pandangan dan penilaian tersendiri terhadap uang yang dimilikinya akan digunakan untuk hal-hal lain diluar kegiatan berbelanja barang yang diinginkannya (Setyaningsih, 2013)

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa secara umum tidak terdapat hubungan kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif pada responden, tetapi apabila dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin akan terdapat hasil yang signifikan untuk laki-laki maupun perempuan karena laki-laki maupun perempuan memiliki karakteristik dan emosional yang berbeda dalam memutuskan untuk membeli suatu barang sesuai dengan penjelasan di atas

Peneliti menyadari bahwa dalam pelaksanaan penelitian ini masih terdapat banyak kelemahan. Responden yang didapatkan peneliti tidak tersebar luas dan merata antar jenis kelamin. Kelemahan selanjutnya adalah munculnya bias pada jawaban responden karena di dalam ruang kelas yang kurang kondusif saat pembagian angket dilakukan saat jam belajar telah usai sehingga ada beberapa responden yang menjawab dengan terburu-buru

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti, dapat disimpulkan menjadi beberapa hal yaitu:

1. Secara umum tidak terdapat hubungan kesehatan sosial-emosional dan perilaku konsumtif terhadap responden
2. Terdapat hubungan kesehatan sosial-emosional apabila dikelompokkan berdasar jenis kelamin dimana perempuan semakin tinggi kesehatan sosial-emosional maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sedangkan laki-laki semakin tinggi kesehatan sosial-emosional maka semakin rendah perilaku konsumtif begitu pula sebaliknya
3. Berdasarkan deskripsi data, perilaku konsumtif dan kesehatan sosial-emosional pada responden masuk dalam kategorisasi sedang

B. Saran

Berdasarkan rangkaian hasil penelitian, maka peneliti mengajukan beberapa saran, diantaranya ialah:

1. Bagi Responden

Responden disarankan mampu membatasi diri dalam perilaku membeli dan mampu lebih bijak ketika membeli suatu barang dan dapat membedakan barang atas dasar keinginan dan kebutuhan

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Peneliti mampu memperluas karakteristik responden pada penelitian selanjutnya, melakukan sebaran data yang merata dan memperbanyak responden yang memiliki uang saku lebih dari Rp 2.000.000
- b. Memperbanyak responden dari Perguruan tinggi lain baik negeri maupun Swasta, Yayasan, Kota-kota besar, Kota-kota kecil
- c. Peneliti dapat melakukan penelitian menggunakan metode lain, misalnya metode kualitatif, dilihat dari hasil penelitian pada responden perempuan menunjukkan semakin tinggi kesehatan sosial dan emosi, maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Hal tersebut menarik untuk dikaji secara kualitatif dengan mencari faktor-faktor atau hal-hal yang menyebabkan dari responden perempuan yang berperilaku konsumtif

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarasari, R. E., (1997). Hubungan tingkat religious dengan perilaku konsumtif. *Jurnal Psikologika*. 4 (2), 15-20
- Angraini, Dewi & Cucuani, Hijriyati. (2014). Hubungan kualitas persahabatan dan empati pada pemaafan remaja akhir. *Jurnal Psikologi*. 10 (1), 18-24
- Azwar, S. (2014). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bandura, A. (1991). Social cognitive theory of self regulation. *Journal Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 50 (2), 248-287
- Bond, M.L., Cason, C.L., & Baxley, S.M., (2015). Institutional support for diverse populations. *Nurse Educator*. 40 (3), 134-138
- Buhle, J.T., Silvers, J.A., Wager, T.D., & Lopez, R., Onyemekwu, C., Kober, H., Weber, J & Ochsner K.N. (2013). Cognitive reappraisal of emotion: a meta-analysis of human neuroimaging studies. *Cerebral Cortex*. 24 (11), 2981-2990
- Chita, R.C., David, L., & Pali, C., (2015). Hubungan antara self-control dengan perilaku konsumtif online shopping produk fashion pada mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi angkatan 2011. *Jurnal e-Biomedik (eBm)*. 3 (1), 297-302
- Cohen, J., (1988). *Statistical Power Analysis for The Behavioral Sciences Second Edition*. USA: Lawrence Erlbaum Associates
- Cooper, J. A., Knitzer J., Douglass-Hall, Masi R., & Banghart P., (2008). *Unclaimed Children Revisited the status of children's mental health policy in the United States* New York, NY: Columbia University, National Center for Children in Poverty
- Cooper, J.L., Masi, R., & Vick, J., (2009). *Social-emotional Development in Early Childhood*. New York: Colombia University
- Cruice, M., Worrall L., Hickson, L., & Murison R., (2003). Finding a focus for quality of life with aphasia: social and emotional health and psychological well-being. *Aphasiology*. 17 (4), 333-353
- Dharmayana, I.W., (2012). Keterlibatan siswa (student engagement) sebagai mediator kompetensi emosi dan prestasi akademik. *Jurnal Psikologi*. 39 (1), 76-94

- Engel. J.F., Blackwell. R.D., Miniard. P.W., (2002). *Perilaku Konsumen Edisi Keenam Jilid 2*. Jakarta: Binarupa Aksara
- Erlyanawati, Eva. (2016). Hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif online shopping pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Surakarta. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Fitriyani, N., Widodo, P.B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*. 12 (1), 55-68
- Furlong, M.J., You, S., Renshaw, T.L., Smith, D., & O'Malley, M. (2013). Priliminary development and validation of the social and emotional health survey for secondary school students. *Social Indicators Research*. 117 (3), 1011-1032
- Furlong, Michael J., You, Sukkyung., Shihim, Mark., Dowdy, Erin. (2016). Development and validation of the social emotional health survey–higher education version. *Applied Research Quality Life*. 12 (2), 343-367
- Georgetown University. Module 1: Introduction to Social and Emotional Health: Definition and Research Support. https://www.ecmhc.org/tutorials/social-emotional/mod1_0.html. (Diakses pada tanggal 5 November 2017)
- Gigerenzer, G. (2001). Decision making: non rational theories. *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. 2 (5), 911-916
- Gravetter, F.J., & Larry B.W., (2013). *Statistics for the Behavioral Sciences*. Boston USA: Cengage Learning
- Hartati, S,A. (2016). Pengaruh unit produksi, prakerin, prestasi belajar dan dukungan keluarga terhadap kesiapan kerja siswa SMK Negeri 10 Surabaya. *Jurnal Ekonomi Pendidikan dan Kewirausahaan*. 4 (1), 101-113
- Inunnisa, Lana. (2016). Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. https://www.kompasiana.com/lanainunnisa/perilaku-konsumtif-mahasiswa_58496b97149373f2100be561. Diunduh pada tanggal 6 April 2018
- Jones, D.,E., Greenberg, M., & Crowley, M., (2015). Early social emotional functioning and public health: the relationship between kindergarten social competence and future wellness. *American Jurnal of Public Health*. 105 (11), 2283-2290

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan Jilid I*. Jakarta : Erlangga
- Kusumowidagdo, Astrid. (2010). Pengaruh desain atmosfer toko terhadap perilaku berbelanja: studi pada pengaruh gender terhadap respon pengunjung toko. *Jurnal Manajemen Bisnis*. 3 (1), 17-32
- Lauster, P. (2002). *Tes Kepribadian*. Jakarta: Gaya Media Pratama
- Lina & Rosyid, H.F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus of control pada remaja. *Jurnal Psikologika*, 4 (2). 5-13
- Lin, Ying-Ching & Chang, C.A. (2017). Exploring wasteful consumption. *Journal of Environmental Psychology*. 49, 106-111
- Mangkunegara, A.P. (2005). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi Ketiga*. Bandung: Refika Aditama
- Mantra, Ida Bagus. (2000). *Demografi Umum*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Maraz, A., Eisinger, A., Hende, B., Urban, R., Paksi, B., Kun, B., Kokonyei, G., Griffiths, M.D & Demetrovics, Z. (2014). Measuring compulsive buying behavior: psychometric validity of three different scales and prevalence in the general population and in shopping centres. *Psychiatry Research*. 225 (3), 326-334
- Myers, D.G. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika
- Mulyono, A. (2009). *Pendidikan Bagi Anak Kesulitan Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Munandar, A.S. (2001). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press)
- Munazzah, Z. (2016). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa S1 perbankan syariah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Malang: Fakultas Psikologi UIN Malik Ibrahim
- Murbani, B. (2010). Hubungan antara kepercayaan diri dan perilaku konsumtif pada remaja. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma
- Pisani, Lulutiana. (2017). Hubungan antara regulasi diri dengan kecenderungan pembelian impulsif pada remaja akhir terhadap produk barang. *Skripsi*

- (Tidak diterbitkan). Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma
- Rahayu, T.S., (2013). Pengaruh peran orangtua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI SMA Kesatrian 1 Semarang. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Semarang. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Semarang
- Ratnasari, S. & Suleeman, J., (2017) Perbedaan tingkat regulasi emosi laki-laki dan perempuan di perguruan tinggi. *Jurnal Psikologi Sosial*. 15 (1), 35-46
- Schiffman, Leon & Kanuk, L.L., (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Tujuh*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang
- Setyaningsih, S.S., (2013). Perilaku konsumtif berdasarkan faktor demografi dan money attitude. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Salatiga: Fakultas Psikologi Universitas Satya Wacana
- Sitorus, R.J., (2013). Dampak penggunaan Blackberry Messenger terhadap perilaku konsumtif siswa-siswi SMK Negeri 1 Samarinda dalam berbelanja online. *eJournal Ilmu Komunikasi*. 1 (4), 28-37
- Sukari, Larasati, A., Mudjijono, & Susilantini, E. (2013). *Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BPNB)
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Suminar, Eva & Meiyuntai, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia*. 4 (2), 145-152
- Suryanto. (2012). *Pengantar Psikologi Sosial*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga
- Susanti, Ekayuli. (2016). Hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa psikologi angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Malang: Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
- Syamila, Ahda. (2014). Saat Perilaku Konsumtif Menjadi Budaya Remaja. https://www.kompasiana.com/www.ahdasyamil.com/saat-perilaku-konsumtif-menjadi-budaya-remaja_54f92016a33311f8478b4b84. Diunduh pada tanggal 9 November 2017

- Tooy, S.M., (2015). Analisis perbedaan perilaku impulsive buying konsumen laki-laki dan perempuan berdasarkan proses afektif dan kognitif. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. 3 (2), 111-126
- Wahyudi. (2013). Tinjauan tentang perilaku konsumtif remaja pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. *eJournal Sosiologi*, 1 (4), 26-36
- Wathani, F., (2009). Perbedaan kecenderungan pembelian impulsif produk pakaian ditinjau dari peran gender. *Skripsi* (Tidak diterbitkan). Medan: Fakultas Psikologi Universitas Sumatra Utara
- Weinberg, P & Gottwald, W. (1982). Impulsive consumer buying as a result of emotions. *Journal of Business Research*. 1 (10), 43-57
- Wells, W.D. (1975). Psychographics: a critical review. *Journal of Marketing Research*. 12, 196-213
- Yamauchi, Kent & Templer, Donald. (1982). The development of a money attitude scale. *Journal of personality assessment*. 46 (5). 522-528
- You, S., Furlong, M.J., Dowdy, E., Renshaw, T.L., Smith, D.C., & O'Malley, M.D., 2013. Further validation of the social and emotional health survey for high school students. *Applied Research in Quality of Life*. 9 (4), 997-1015
- Yuliantari, M.I & Herdiyanto, Y.K., (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*. 2 (1), 89-99
- Xinhui, Chen & Han, D., (2016). A meta-analysis of consumer irrational purchase behavior based on Howard-Sheth Mode. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*. 10(3), 69-80
- Zaman, M.H & Zaman, M., (2014). Compulsive buying behavior in virtual worlds: an exploratory study. *International Journal of Business and Management*. 1 (1), 20-34

LAMPIRAN 1
SKALA UJI COBA

KUISIONER "A SMART SHOPPER"



PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada Yth

Rekan-rekan mahasiswa terkasih

Di-tempat

Perkenalkan nama Saya Rahmona Hidayati mahasiswi Psikologi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB) Universitas Islam Indonesia memohon kesediaan Rekan-rekan untuk mengisi kuesioner yang terlampir sebagai kepentingan studi untuk syarat memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Untuk kepentingan di atas, Saya membutuhkan masukan/umpan balik dari rekan-rekan mahasiswa terkait dengan kondisi yang benar-benar rekan-rekan alami dalam kehidupan sehari-hari. Semua jawaban yang rekan-rekan berikan adalah benar, selama jawaban yang dipilih merupakan hal yang sesuai dengan keadaan rekan-rekan sekalian. Informasi yang ada pada lembar kuesioner ini akan Saya jamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan sesuai dengan tujuan di atas.

Saya mengucapkan terima kasih untuk partisipasinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

Rahmona Hidayati

NB: Jika ada informasi yang ditanyakan, silahkan menghubungi via WA 0813-5043-2936 atau via email rahmonahdyt@gmail.com

IDENTITAS DIRI

Nama (boleh inisial) :

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Usia :

Fakultas/Jurusan :

Uang saku perbulan : a. < Rp 500.000

b. Rp 500.000 – 1.000.000

c. Rp 1.000.000 – 2.000.000

d. Rp 2.000.000 – 3.000.000

e. Rp > Rp 3.000.000

f. dan lain-lain

Aktivitas diluar kuliah : 1. _____

2. _____

3. _____

Tempat menghabiskan waktu luang: 1. _____

2. _____

3. _____

Dengan ini saya menyatakan bersedia untuk menjadi responden penelitian dan menjawab semua pertanyaan penelitian sesuai dengan keadaan saya yang sejujurnya.

Balikpapan, 2018

Petunjuk Pengerjaan Kuisisioner “A SMART SHOPPER”

Petunjuk Pengerjaan Kuisisioner Bagian A

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan, baca dan pahami baik-baik setiap pernyataan tersebut. Teman-teman diminta untuk mengemukakan pengalaman sesuai dengan keadaan diri yang teman-teman rasakan dengan cara memberikan **SILANG (X)** Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

- 1 : Tidak Pernah
- 2 : Jarang
- 3 : Kadang-Kadang
- 4 : Cukup Sering
- 5 : Sering
- 6 : Selalu

Contoh soal:

Saya menghabiskan waktu luang dengan menonton televisi

Jika selama ini Anda **SERING** mengalami, merasakan, atau melakukan hal tersebut, maka **SILANG (X)** kolom bagian 5 seperti contoh dibawah ini:

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
1.	Saya menghabiskan waktu luang dengan menonton televisi	1	2	3	4	5	6

BAGIAN A

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan memberi **SILANG(X)** pada pilihan jawaban yang paling menggambarkan diri kamu!

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
1.	Saya langsung membeli barang yang menarik bagi saya	1	2	3	4	5	6
2.	Saya membeli barang karena warna yang menarik	1	2	3	4	5	6
3.	Saya membeli barang yang ditawarkan oleh penjual toko	1	2	3	4	5	6
4.	Saya senang dengan kemasan barang yang menarik	1	2	3	4	5	6
5.	Saya memikirkan harga barang yang akan saya beli	1	2	3	4	5	6

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
6.	Saya memikirkan manfaat barang yang saya beli	1	2	3	4	5	6
7.	Saya menunda membeli barang yang menarik bagi saya	1	2	3	4	5	6
8.	Saya mempertimbangkan dengan matang bila membeli barang yang mahal	1	2	3	4	5	6
9.	Saya mempertimbangkan kualitas barang yang saya beli	1	2	3	4	5	6
10.	Saya membeli barang tanpa melihat kualitas barang tersebut	1	2	3	4	5	6
11.	Saya berbelanja barang keluaran terbaru (<i>new arrival</i>)	1	2	3	4	5	6
12.	Saya menunda untuk membeli barang yang saya sukai	1	2	3	4	5	6
13.	Saya membeli barang sesuai dengan keinginan saya	1	2	3	4	5	6
14.	Saya membelanjakan sisa uang saku saya dengan membeli barang yang saya inginkan	1	2	3	4	5	6
15.	Saya tergesa-gesa dalam memutuskan untuk membeli suatu barang	1	2	3	4	5	6
16.	Saya tergoda membeli barang yang teman-teman saya beli	1	2	3	4	5	6
17.	Saya menyesal tidak membeli barang yang saya sukai	1	2	3	4	5	6
18.	Saya hanya membeli barang sesuai kebutuhan saja	1	2	3	4	5	6
19.	Berbelanja membuat saya merasa bahagia	1	2	3	4	5	6
20.	Berbelanja adalah hal yang sangat menyenangkan bagi saya	1	2	3	4	5	6
21.	Saya senang membeli barang-barang edisi terbatas (<i>limited edition</i>)	1	2	3	4	5	6
22.	Saya membeli barang-barang yang sedang <i>trend</i>	1	2	3	4	5	6
23.	Saya berbelanja sesuai dengan <i>list</i> yang sudah saya buat	1	2	3	4	5	6
24.	Saya memikirkan jumlah uang yang saya keluarkan untuk membeli barang	1	2	3	4	5	6

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
25.	Saya menghabiskan uang saya untuk berbelanja barang yang menarik bagi saya	1	2	3	4	5	6
26.	Saya memborong barang-barang yang saya inginkan	1	2	3	4	5	6
27.	Ketika membeli barang yang mahal, harga diri saya meningkat	1	2	3	4	5	6
28.	Saya mengurungkan niat membeli barang yang saya inginkan	1	2	3	4	5	6
29.	Saya membeli barang yang saya sukai dengan harga yang mahal	1	2	3	4	5	6
30.	Saya membeli barang yang sudah saya miliki sebelumnya	1	2	3	4	5	6
31.	Saya sulit menahan diri saat membeli barang yang saya sukai	1	2	3	4	5	6
32.	Saya pergi berbelanja untuk menghilangkan stres	1	2	3	4	5	6
33.	Saya membeli barang yang murah untuk menghemat uang saku saya	1	2	3	4	5	6

Petunjuk Pengerjaan Kuisisioner Bagian B

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan, baca dan pahami baik-baik setiap pernyataan tersebut. Teman-teman diminta untuk mengemukakan pengalaman sesuai dengan keadaan diri yang teman-teman rasakan dengan cara memberikan **SILANG (X)**. Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

- 1 : Sangat Tidak Sesuai**
- 2 : Tidak Sesuai**
- 3 : Kadang-kadang Sesuai**
- 4 : Cukup Sesuai**
- 5 : Sesuai**
- 6 : Sangat Sesuai**

Contoh soal:

Saya sedih apabila melihat seseorang dalam kesulitan

Jika selama ini Anda **CUKUP SESUAI** mengalami, merasakan, atau melakukan hal tersebut, maka **SILANG (X)** kolom bagian **4** seperti contoh dibawah ini:

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
1.	Saya sedih apabila melihat seseorang dalam kesulitan	1	2	3	X	5	6

BAGIAN B

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan memberi SILANG(X) pada pilihan jawaban yang paling menggambarkan diri kamu!

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
1.	Secara umum, saya mampu mengatasi segala permasalahan yang dihadapi	1	2	3	4	5	6
2	Saya akan mampu mewujudkan sebagian besar tujuan-tujuan yang telah saya tetapkan sendiri	1	2	3	4	5	6
3	Saya akan mampu mengatasi berbagai tantangan-tantangan dengan sukses	1	2	3	4	5	6
4	Saya tidak berhenti mengerjakan tugas saya walaupun itu sangat sulit	1	2	3	4	5	6
5	Saya tetap mengerjakan tugas walaupun butuh waktu lama untuk menyelesaikannya	1	2	3	4	5	6
6	Saya tetap fokus saat belajar meskipun ada banyak gangguan	1	2	3	4	5	6
7	Saya mampu mengenali motivasi-motivasi dibalik tindakan-tindakan saya	1	2	3	4	5	6
8	Saya mengenali suasana hati dan perasaan-perasaan saya	1	2	3	4	5	6
9	Saya dapat memahami mengapa saya memiliki perasaan tertentu	1	2	3	4	5	6
10	Keluarga saya tetap menyayangi dan mendukung satu sama lain dalam situasi yang sulit	1	2	3	4	5	6
11	Ada rasa kebersamaan dalam keluarga saya	1	2	3	4	5	6
12	Keluarga saya akrab satu sama lain	1	2	3	4	5	6
13	Selain teman saya, ada orang lain di kampus yang peduli dengan kebahagiaan saya	1	2	3	4	5	6

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
14	Saya merasa ada rasa kebersamaan yang kuat di kampus saya	1	2	3	4	5	6
15	Saya merasa cocok kuliah di Universitas ini	1	2	3	4	5	6
16	Saya memiliki teman di kampus yang peduli dengan saya	1	2	3	4	5	6
17	Saya memiliki teman yang memberikan dukungan emosional ketika saya membutuhkannya	1	2	3	4	5	6
18	Saya dapat menceritakan tentang apa saja kepada teman saya	1	2	3	4	5	6
19	Ketika saya sedang merasa sedih, saya mencoba untuk fokus pada hal-hal yang positif	1	2	3	4	5	6
20	Saya dapat mengubah suasana hati saya dengan mengalihkan pikiran ke arah ide-ide yang positif	1	2	3	4	5	6
21	Saya mampu memikirkan alternatif lain untuk masalah saat situasinya penuh tekanan	1	2	3	4	5	6
22	Saya peka dengan kesulitan-kesulitan orang lain	1	2	3	4	5	6
23	Saya merasa sedih ketika teman-teman saya direndahkan	1	2	3	4	5	6
24	Saya bisa merasakan ketakutan atau kecemasan teman-teman saya mengenai kelulusan/wisuda	1	2	3	4	5	6
25	Saya berpikir tentang konsekuensi dampak yang dapat ditimbulkan sebelum bertindak	1	2	3	4	5	6
26	Saya dapat menunggu untuk sesuatu yang saya inginkan	1	2	3	4	5	6
27	Saya berpikir sebelum bertindak	1	2	3	4	5	6
28	Saya menghargai hubungan yang telah saya jalin selama hidup saya	1	2	3	4	5	6
29	Saya menghargai mereka yang dekat dengan saya	1	2	3	4	5	6
30	Ketika saya berkaca pada kehidupan saya, ada banyak hal yang patut saya syukuri	1	2	3	4	5	6
31	Teman-teman saya mendeskripsikan saya sebagai seseorang yang penuh semangat	1	2	3	4	5	6

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
32	Saya menjalani hidup dengan gembira dan bersemangat	1	2	3	4	5	6
33	Saat ini saya memiliki banyak energi dalam hidup saya	1	2	3	4	5	6
34	Saya mampu tetap bersikap positif, bahkan saat menghadapi situasi yang tidak pasti	1	2	3	4	5	6
35	Setiap hari saya mencoba untuk bisa menikmati hidup	1	2	3	4	5	6
36	Saya biasanya berharap memiliki hari yang baik	1	2	3	4	5	6

**MOHON DICEK KEMBALI, JANGAN SAMPAI ADA YANG TERLEWATI
TERIMAKASIH ATAS KESEDIAANNYA, SEMOGA ALLAH SWT MELANCARKAN SEGALA
URUSAN TEMAN-TEMAN SEKALIAN! 😊**

LAMPIRAN 2
TABULASI UJI COBA PERILAKU KONSUMTIF

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
S1	1	3	3	3	1	2	3	1	3	3	4	3	5	5	3	3	4	3	4	6
S2	3	1	1	4	1	3	2	1	2	1	3	6	3	5	2	1	4	1	2	2
S3	3	1	1	1	1	1	4	1	2	1	2	4	6	3	3	1	2	4	3	2
S4	4	5	2	5	1	1	2	1	1	2	3	2	5	3	1	2	4	2	3	3
S5	4	4	4	4	1	2	6	3	4	2	3	5	5	5	3	1	2	5	4	4
S6	3	5	2	4	2	2	4	4	4	4	4	2	5	3	4	2	4	3	3	3
S7	4	2	1	3	1	1	3	1	1	2	3	4	6	5	3	3	3	1	5	5
S8	4	3	4	3	3	4	4	3	2	2	4	4	6	5	4	5	3	3	5	6
S9	3	3	2	3	1	1	2	1	2	3	2	2	4	3	4	3	3	2	6	6
S10	4	4	3	4	2	1	3	2	2	2	3	4	4	4	3	3	3	4	5	6
S11	2	1	2	1	2	2	3	1	2	2	2	2	5	4	1	1	5	3	2	2
S12	5	3	2	5	1	1	4	2	1	1	4	3	5	5	5	1	6	2	6	6
S13	3	3	2	4	1	2	3	2	1	1	3	3	4	4	3	2	4	2	6	6
S14	2	2	2	2	4	2	1	1	1	1	1	2	1	3	2	1	6	2	1	1
S15	2	1	1	1	5	4	4	4	2	1	2	4	4	2	2	2	6	4	3	3
S16	3	2	2	4	3	2	4	2	1	1	4	3	6	5	2	2	4	3	5	5
S17	3	2	2	3	1	1	4	1	1	1	2	4	4	3	3	5	4	2	6	6
S18	4	3	3	2	1	2	4	1	1	1	4	4	5	5	4	3	4	2	5	5
S19	2	1	2	3	2	1	3	1	1	1	1	5	2	2	1	1	6	2	1	2
S20	3	3	4	4	1	1	4	1	2	2	1	5	6	4	3	2	4	2	4	4
S21	5	6	3	6	2	3	6	4	1	1	4	4	5	5	3	2	3	5	6	6
S22	5	5	2	2	4	4	5	2	2	2	2	4	6	5	5	1	3	1	6	6
S23	1	3	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	6	5	1	3	4	3	4	1
S24	4	4	4	5	1	1	4	1	1	5	4	2	5	4	5	4	2	3	6	6
S25	3	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	3	4	6	1	1	6	1	4	3
S26	6	4	1	3	2	4	6	3	1	1	6	3	6	5	4	4	1	3	6	6
S27	4	4	1	1	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	1	2	5	4	6	6
S28	3	2	2	3	1	1	3	2	2	2	3	3	4	4	2	1	6	1	3	3
S29	3	2	1	3	1	1	4	1	1	1	6	4	6	2	3	1	4	1	3	3
S30	5	4	2	5	2	2	4	1	1	1	5	5	6	4	1	2	1	3	6	6
S31	6	6	3	4	1	1	4	1	1	1	4	4	6	3	1	1	4	1	6	6
S32	4	3	2	4	1	2	5	1	1	1	5	5	5	5	2	4	2	1	5	6
S33	5	2	3	2	1	1	2	1	2	4	3	2	6	5	4	5	3	3	4	4
S34	4	3	2	4	5	3	4	4	2	2	3	5	3	4	3	3	3	4	6	6
S35	3	2	1	1	1	1	1	4	1	1	3	2	6	1	3	1	6	1	1	1
S36	3	3	2	3	2	4	4	2	3	2	2	4	4	3	2	2	4	4	5	5
S37	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	4	5	2	2	3	3	4	3	3
S38	3	3	1	4	4	3	4	3	3	2	3	3	6	4	5	2	5	5	6	6
S39	5	4	2	4	3	3	5	5	2	2	4	4	6	4	6	3	6	3	6	6
S40	4	3	1	2	2	2	4	3	1	1	4	4	6	4	3	1	1	1	6	6

	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
S1	5	4	3	2	5	4	4	3	4	1	4	5	2
S2	1	1	6	3	1	1	4	3	2	1	6	1	3
S3	1	1	5	2	1	1	1	4	1	1	4	1	3
S4	3	4	4	1	2	2	2	3	4	2	5	1	2
S5	2	2	6	1	3	2	2	1	4	2	4	4	2
S6	2	3	3	1	3	3	3	5	3	3	4	3	3
S7	5	4	3	1	3	3	3	4	4	2	4	4	2
S8	3	4	4	3	4	3	5	5	5	5	3	6	3
S9	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	6	3	1
S10	3	3	2	2	3	3	3	4	3	5	4	6	3
S11	4	2	6	2	3	2	1	4	1	1	6	2	5
S12	3	2	5	2	5	5	3	3	4	1	2	5	4
S13	4	3	2	1	3	3	4	2	3	5	3	3	2
S14	3	1	6	4	1	1	1	4	2	1	5	1	3
S15	3	2	6	4	2	2	2	4	3	1	5	1	5
S16	2	3	2	1	3	1	3	4	1	2	3	2	4
S17	3	4	1	1	2	3	4	2	3	3	4	4	3
S18	4	4	4	3	4	4	5	4	4	2	3	5	4
S19	1	1	1	1	2	1	1	3	1	2	5	1	4
S20	1	1	5	1	4	2	1	4	3	1	4	3	1
S21	3	6	6	4	6	5	4	4	3	2	1	5	1
S22	3	3	1	1	6	6	5	2	5	1	1	6	1
S23	1	1	6	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1
S24	6	3	2	2	2	2	1	5	1	5	3	3	2
S25	1	1	6	2	1	1	3	3	4	4	3	4	3
S26	6	6	3	3	6	6	6	3	6	1	1	6	3
S27	3	3	6	5	4	4	1	4	3	1	4	3	6
S28	3	2	6	3	2	2	1	4	2	1	5	2	2
S29	1	3	6	1	1	1	3	1	2	2	4	1	4
S30	5	5	1	1	4	4	5	4	4	2	2	5	2
S31	4	3	2	1	2	1	1	4	1	1	4	5	1
S32	2	5	5	4	5	5	4	5	4	2	2	5	1
S33	4	3	4	1	3	2	3	3	5	4	1	3	1
S34	4	3	1	3	5	5	4	4	5	3	3	5	5
S35	4	1	1	5	1	1	1	3	6	1	6	1	3
S36	2	2	1	2	3	2	1	4	3	2	4	4	2
S37	6	3	6	4	3	2	2	4	3	2	6	2	4
S38	2	4	6	3	4	3	1	3	2	5	1	5	1
S39	6	6	1	4	6	6	5	4	6	3	2	6	4
S40	6	4	1	2	4	4	6	4	6	1	1	6	5

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
S41	4	4	2	2	1	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	3	2	4	5	5
S42	5	2	2	2	2	3	5	2	2	2	3	5	5	3	3	2	3	4	2	2
S43	4	3	1	3	1	1	5	1	1	1	3	4	3	3	1	1	6	4	3	3
S44	3	4	4	3	3	3	3	2	2	1	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3
S45	4	3	1	2	2	2	3	1	1	2	4	3	6	4	2	3	2	3	6	6
S46	4	4	2	4	1	1	4	1	1	1	6	6	6	6	6	6	1	3	6	6
S47	3	2	2	4	1	1	4	1	1	1	3	1	6	6	5	2	6	1	2	2
S48	5	3	3	4	4	1	4	1	1	1	2	4	5	3	2	2	5	2	6	6
S49	3	5	3	5	5	1	5	1	1	1	2	4	5	3	2	1	2	3	5	5
S50	3	2	2	2	1	2	3	1	1	1	2	3	5	3	2	2	6	2	3	2
S51	4	2	2	3	4	2	5	1	3	2	3	6	5	5	5	5	2	4	5	5
S52	6	6	2	6	3	4	6	4	1	1	4	6	6	6	4	4	1	5	6	6
S53	4	6	2	6	4	4	5	5	1	1	3	4	6	6	4	1	3	4	6	6

	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
S41	4	3	4	2	4	4	5	4	4	4	2	5	4
S42	5	3	2	2	4	1	3	4	5	1	2	1	2
S43	3	3	4	1	1	1	1	6	1	1	6	1	1
S44	2	2	6	3	1	1	1	3	2	1	5	2	3
S45	3	2	4	3	5	4	5	4	4	5	2	5	5
S46	6	5	3	1	6	6	5	6	3	1	1	6	1
S47	2	2	5	1	2	2	2	1	1	1	4	3	1
S48	6	2	3	1	3	4	1	4	3	4	4	5	3
S49	1	3	4	3	2	2	2	4	3	3	2	5	3
S50	2	2	2	1	2	2	2	4	2	1	5	1	3
S51	2	3	2	3	3	3	5	5	4	4	2	5	4
S52	5	3	4	3	5	4	2	6	4	4	1	6	3
S53	6	3	5	4	5	4	6	6	6	1	1	6	4

LAMPIRAN 3
TABULASI UJI COBA KESEHATAN SOSIAL-
EMOSIONAL

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
S1	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	6
S2	4	4	4	3	6	2	4	4	5	3	3	4	4	6	6	5	4	3	5
S3	5	6	5	4	5	4	5	5	5	3	3	3	5	4	1	4	4	4	5
S4	5	5	5	4	5	4	5	6	6	5	5	4	6	5	5	6	6	6	5
S5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S6	4	5	4	3	3	3	5	5	5	2	2	3	1	1	1	2	2	2	6
S7	4	6	6	6	6	3	4	6	6	6	6	6	4	4	6	4	4	6	5
S8	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	6	5	5	5	6	5	4
S9	3	4	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	1	1	5	1	1	1	6
S10	3	4	4	3	5	3	3	4	4	4	6	6	4	4	3	3	3	3	5
S11	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4
S12	4	4	5	5	5	4	4	4	5	6	5	5	6	5	6	6	6	4	5
S13	5	4	5	5	5	4	5	3	2	6	6	6	6	5	4	5	5	2	4
S14	4	5	4	5	5	3	4	5	5	6	6	6	4	4	5	4	6	2	4
S15	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4
S16	4	3	3	6	6	5	5	4	3	6	6	6	6	4	6	6	6	5	5
S17	5	5	5	3	4	4	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	3	6
S18	4	4	4	3	5	3	4	5	5	6	6	6	6	4	6	4	4	4	5
S19	5	5	4	6	6	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5
S20	4	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	3	6	6	6	6	6	6	6
S21	5	5	5	5	6	4	6	4	4	6	5	4	3	4	4	4	4	2	6
S22	4	5	4	4	4	4	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S23	4	4	3	5	5	3	3	4	4	6	6	6	3	5	6	4	5	5	5
S24	4	3	5	5	5	3	4	6	6	5	5	5	6	6	4	4	4	2	4
S25	4	5	5	5	6	4	6	6	6	6	3	4	4	6	5	6	5	1	5
S26	4	6	5	6	6	5	6	6	6	1	1	1	6	6	6	6	6	6	6
S27	4	4	5	3	3	3	4	5	5	5	5	3	4	3	5	3	3	3	4
S28	5	4	5	4	4	3	4	2	4	4	6	5	3	2	3	3	3	3	5
S29	3	4	4	5	5	3	3	5	5	3	4	5	5	3	5	3	3	3	5
S30	5	5	5	4	5	5	6	6	6	6	5	5	5	4	5	5	5	2	5
S31	6	6	6	1	3	1	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S32	5	5	5	3	3	3	6	6	5	6	5	6	5	3	5	5	6	5	3
S33	5	5	6	6	6	4	5	6	5	6	6	6	6	4	5	6	5	5	6
S34	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3
S35	4	5	5	4	4	1	6	6	6	1	1	1	1	3	3	3	1	1	6
S36	2	3	4	3	4	3	3	5	5	5	4	5	5	3	3	4	3	2	3
S37	3	4	4	3	4	1	3	6	6	6	6	6	3	3	5	6	6	6	6
S38	4	3	4	3	6	3	4	5	5	6	5	3	3	3	4	5	5	3	3
S39	4	6	5	5	4	4	5	6	5	6	6	6	4	4	5	5	5	3	5
S40	3	6	5	6	6	5	3	6	6	4	2	2	1	3	2	4	6	6	1
S41	5	4	4	2	2	2	3	4	4	1	2	2	2	2	2	2	4	3	3
S42	4	5	5	5	5	2	4	5	4	5	5	5	5	2	2	5	5	4	2

	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
S1	4	4	4	4	6	4	5	4	6	6	6	4	5	5	5	5	6
S2	4	2	6	5	4	5	6	6	6	6	5	4	4	5	4	5	6
S3	5	5	5	4	5	6	5	6	5	5	5	4	4	4	5	6	6
S4	5	4	5	6	6	5	5	6	6	6	6	5	5	5	4	5	6
S5	5	5	5	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S6	6	5	6	3	2	5	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6
S7	5	5	4	4	6	6	4	6	6	6	6	3	5	4	4	5	6
S8	4	3	5	5	4	3	5	4	5	5	6	6	5	5	4	5	5
S9	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6
S10	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	6
S11	4	3	5	5	3	5	4	5	5	5	6	4	5	5	5	5	6
S12	5	5	6	5	6	4	6	4	6	5	6	5	6	6	5	5	6
S13	4	4	3	6	4	5	5	5	6	6	6	4	5	5	5	5	6
S14	5	4	5	4	5	5	5	4	5	6	6	4	5	5	5	4	3
S15	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S16	3	3	3	5	6	5	5	6	6	6	6	4	4	6	3	6	6
S17	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	2
S18	5	5	5	4	4	5	5	6	6	6	6	6	5	6	4	5	6
S19	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
S20	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6
S21	4	4	2	3	4	6	6	5	6	6	4	4	4	5	5	5	5
S22	6	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	5	6	6
S23	5	5	3	5	6	6	6	6	5	5	5	5	6	5	6	6	6
S24	5	5	5	4	4	3	4	4	6	6	5	4	5	5	4	4	6
S25	6	4	4	6	6	6	6	4	6	5	5	4	6	6	6	6	6
S26	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	5	5	6
S27	4	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
S28	4	4	5	6	4	4	5	5	5	5	6	5	4	4	5	5	6
S29	5	3	5	6	6	5	5	5	6	6	6	5	6	6	5	6	6
S30	4	5	5	5	5	6	5	6	6	5	6	5	5	5	4	5	6
S31	6	6	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S32	4	4	5	5	6	5	6	4	6	6	5	5	5	6	4	5	6
S33	6	5	6	6	5	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6
S34	3	3	5	5	4	6	4	6	5	6	4	4	5	5	4	5	6
S35	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1
S36	4	3	2	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	5
S37	4	4	3	4	6	3	5	5	6	6	6	2	4	5	5	6	6
S38	4	3	4	4	6	5	5	4	6	5	6	4	5	5	4	4	6
S39	5	5	5	5	5	5	6	4	6	6	5	6	6	5	6	6	6
S40	1	3	5	6	2	6	6	5	6	6	6	6	6	6	4	3	6
S41	4	3	4	3	4	4	3	3	5	5	4	4	4	3	4	5	5
S42	2	3	2	2	6	6	6	3	5	5	6	5	4	2	2	3	5

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
S43	3	4	6	3	3	3	3	3	3	6	6	5	5	4	4	4	6	4	6
S44	6	5	5	6	5	4	4	6	5	5	5	5	3	3	4	3	5	6	6
S45	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5
S46	4	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	4	5
S47	4	3	4	1	2	2	3	6	5	6	6	6	6	4	4	4	6	6	6
S48	5	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	6	6	6	6	6	3	6
S49	4	4	4	5	5	1	4	5	2	6	6	6	6	4	6	5	5	3	6
S50	5	5	5	5	6	4	5	5	5	6	6	5	4	4	4	4	6	5	5
S51	3	3	3	3	3	3	2	4	4	6	6	6	4	4	4	5	5	3	3
S52	5	5	5	6	6	4	5	6	5	6	6	4	5	3	4	5	5	4	3
S53	5	3	3	2	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	6	3	5	6	3

	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
S43	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S44	6	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6
S45	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6
S46	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5	5	5	5	6
S47	6	5	6	6	6	6	6	6	5	6	6	4	6	5	6	6	5
S48	6	5	5	5	5	5	6	5	6	6	6	5	5	6	6	6	6
S49	3	3	5	6	6	4	4	4	6	6	6	4	6	6	5	6	6
S50	5	5	4	5	4	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	4	2
S51	3	3	4	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	3	2	3	4
S52	6	5	6	6	6	6	5	6	6	6	6	5	6	6	5	6	6
S53	5	1	6	6	6	4	6	2	5	5	6	6	4	6	6	6	6

LAMPIRAN 4

Validitas dan Reliabilitas Perilaku Konsumtif

A. Putaran 1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	53	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	33

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	3,6415	1,12821	53
PK2	3,0943	1,37651	53
PK3	2,0755	,89548	53
PK4	3,1887	1,37361	53
PK5	2,0377	1,27041	53
PK6	2,0377	1,07350	53
PK7	3,7170	1,23066	53
PK8	1,9245	1,22237	53
PK9	1,6604	,87582	53
PK10	1,6792	,91512	53
PK11	3,0755	1,23800	53
PK12	3,6792	1,22118	53
PK13	4,8113	1,20984	53
PK14	4,0000	1,19293	53
PK15	2,9434	1,37862	53
PK16	2,3396	1,31476	53
PK17	3,6792	1,59052	53
PK18	2,7547	1,23888	53
PK19	4,4340	1,59939	53
PK20	4,4340	1,73770	53
PK21	3,2830	1,63351	53
PK22	2,9057	1,31944	53
PK23	3,6792	1,85818	53
PK24	2,2453	1,20744	53
PK25	3,2264	1,57677	53
PK26	2,7925	1,57332	53
PK27	2,8491	1,66867	53
PK28	3,6415	1,25720	53
PK29	3,2264	1,51456	53
PK30	2,2264	1,40933	53
PK31	3,3208	1,63817	53
PK32	3,5849	1,84426	53
PK33	2,7358	1,33230	53

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	97,2830	338,053	,566	,843
PK2	97,8302	333,798	,539	,843
PK3	98,8491	356,554	,161	,852
PK4	97,7358	340,852	,396	,847
PK5	98,8868	345,602	,330	,848
PK6	98,8868	340,910	,523	,844
PK7	97,2075	334,668	,591	,842
PK8	99,0000	338,269	,512	,844
PK9	99,2642	358,083	,119	,852
PK10	99,2453	361,573	,011	,854
PK11	97,8491	339,284	,482	,845
PK12	97,2453	346,227	,332	,848
PK13	96,1132	352,025	,205	,851
PK14	96,9245	343,725	,399	,847
PK15	97,9811	336,596	,480	,844
PK16	98,5849	341,094	,411	,846
PK17	97,2453	393,573	-,528	,873
PK18	98,1698	343,874	,379	,847
PK19	96,4906	321,793	,670	,838
PK20	96,4906	314,024	,743	,834
PK21	97,6415	329,734	,512	,843
PK22	98,0189	328,711	,676	,839
PK23	97,2453	376,996	-,245	,869
PK24	98,6792	350,145	,248	,850
PK25	97,6981	319,484	,724	,836
PK26	98,1321	315,309	,806	,833
PK27	98,0755	324,802	,585	,840
PK28	97,2830	342,476	,403	,847
PK29	97,6981	329,215	,569	,841
PK30	98,6981	346,407	,275	,850
PK31	97,6038	404,321	-,671	,878
PK32	97,3396	307,690	,799	,832
PK33	98,1887	354,194	,136	,853

B. Putaran 2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	53	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,924	23

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	3,6415	1,12821	53
PK2	3,0943	1,37651	53
PK4	3,1887	1,37361	53
PK5	2,0377	1,27041	53
PK6	2,0377	1,07350	53
PK7	3,7170	1,23066	53
PK8	1,9245	1,22237	53
PK11	3,0755	1,23800	53
PK12	3,6792	1,22118	53
PK14	4,0000	1,19293	53
PK15	2,9434	1,37862	53
PK16	2,3396	1,31476	53
PK18	2,7547	1,23888	53
PK19	4,4340	1,59939	53
PK20	4,4340	1,73770	53
PK21	3,2830	1,63351	53
PK22	2,9057	1,31944	53
PK25	3,2264	1,57677	53
PK26	2,7925	1,57332	53
PK27	2,8491	1,66867	53
PK28	3,6415	1,25720	53
PK29	3,2264	1,51456	53
PK32	3,5849	1,84426	53

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	69,1698	362,951	,639	,920
PK2	69,7170	359,322	,584	,921
PK4	69,6226	366,047	,452	,923
PK5	70,7736	377,332	,258	,926
PK6	70,7736	371,102	,470	,923
PK7	69,0943	360,510	,635	,920
PK8	70,8868	370,295	,423	,923
PK11	69,7358	364,237	,549	,921
PK12	69,1321	372,540	,375	,924
PK14	68,8113	370,002	,442	,923
PK15	69,8679	363,617	,498	,922
PK16	70,4717	368,716	,421	,923
PK18	70,0566	375,016	,316	,925
PK19	68,3774	345,893	,727	,918
PK20	68,3774	338,778	,780	,916
PK21	69,5283	356,254	,531	,922
PK22	69,9057	353,702	,730	,918
PK25	69,5849	344,555	,763	,917
PK26	70,0189	340,903	,832	,916
PK27	69,9623	348,460	,649	,919
PK28	69,1698	371,682	,380	,924
PK29	69,5849	356,709	,571	,921
PK32	69,2264	332,409	,831	,915

C. Putaran 3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	53	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	22

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	3,6415	1,12821	53
PK2	3,0943	1,37651	53
PK4	3,1887	1,37361	53
PK6	2,0377	1,07350	53
PK7	3,7170	1,23066	53
PK8	1,9245	1,22237	53
PK11	3,0755	1,23800	53
PK12	3,6792	1,22118	53
PK14	4,0000	1,19293	53
PK15	2,9434	1,37862	53
PK16	2,3396	1,31476	53
PK18	2,7547	1,23888	53
PK19	4,4340	1,59939	53
PK20	4,4340	1,73770	53
PK21	3,2830	1,63351	53
PK22	2,9057	1,31944	53
PK25	3,2264	1,57677	53
PK26	2,7925	1,57332	53
PK27	2,8491	1,66867	53
PK28	3,6415	1,25720	53
PK29	3,2264	1,51456	53
PK32	3,5849	1,84426	53

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	67,1321	348,732	,649	,922
PK2	67,6792	345,530	,584	,923
PK4	67,5849	352,017	,455	,925
PK6	68,7358	358,198	,443	,925
PK7	67,0566	347,016	,628	,922
PK8	68,8491	357,323	,401	,926
PK11	67,6981	349,292	,573	,923
PK12	67,0943	358,856	,367	,926
PK14	66,7736	355,371	,457	,925
PK15	67,8302	349,490	,503	,924
PK16	68,4340	354,212	,432	,925
PK18	68,0189	361,865	,296	,927
PK19	66,3396	332,229	,730	,920
PK20	66,3396	325,267	,782	,918
PK21	67,4906	342,332	,535	,924
PK22	67,8679	339,540	,741	,920
PK25	67,5472	330,945	,765	,919
PK26	67,9811	327,403	,833	,917
PK27	67,9245	334,417	,658	,921
PK28	67,1321	358,194	,369	,926
PK29	67,5472	343,099	,569	,923
PK32	67,1887	319,156	,831	,917

D. Putaran 4**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	53	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	53	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,927	21

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PK1	3,6415	1,12821	53
PK2	3,0943	1,37651	53
PK4	3,1887	1,37361	53
PK6	2,0377	1,07350	53
PK7	3,7170	1,23066	53
PK8	1,9245	1,22237	53
PK11	3,0755	1,23800	53
PK12	3,6792	1,22118	53
PK14	4,0000	1,19293	53
PK15	2,9434	1,37862	53
PK16	2,3396	1,31476	53
PK19	4,4340	1,59939	53
PK20	4,4340	1,73770	53
PK21	3,2830	1,63351	53
PK22	2,9057	1,31944	53
PK25	3,2264	1,57677	53
PK26	2,7925	1,57332	53
PK27	2,8491	1,66867	53
PK28	3,6415	1,25720	53
PK29	3,2264	1,51456	53
PK32	3,5849	1,84426	53

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PK1	64,3774	333,586	,655	,923
PK2	64,9245	331,033	,578	,924
PK4	64,8302	337,105	,453	,926
PK6	65,9811	343,942	,421	,927
PK7	64,3019	332,830	,613	,924
PK8	66,0943	343,164	,380	,927
PK11	64,9434	333,862	,585	,924
PK12	64,3396	344,113	,359	,928
PK14	64,0189	340,057	,463	,926
PK15	65,0755	334,456	,506	,925
PK16	65,6792	339,453	,427	,927
PK19	63,5849	317,555	,732	,921
PK20	63,5849	310,594	,788	,920
PK21	64,7358	327,352	,539	,925
PK22	65,1132	324,679	,745	,921
PK25	64,7925	316,668	,761	,920
PK26	65,2264	312,486	,843	,918
PK27	65,1698	318,874	,675	,922
PK28	64,3774	343,739	,355	,928
PK29	64,7925	327,783	,580	,924
PK32	64,4340	304,404	,840	,918

LAMPIRAN 5

Validitas dan Reliabilitas

Kesehatan Sosial-Emosional

A. Putaran 1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	53	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,893	36

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SEH1	4,2075	,81709	53
SEH2	4,5283	,91155	53
SEH3	4,5849	,86456	53
SEH4	4,1509	1,37835	53
SEH5	4,6038	1,19839	53
SEH6	3,4151	1,18377	53
SEH7	4,3396	1,09093	53
SEH8	4,9057	1,16461	53
SEH9	4,7170	1,18285	53
SEH10	4,7925	1,54868	53
SEH11	4,7358	1,49552	53
SEH12	4,6792	1,43813	53
SEH13	4,3962	1,53597	53
SEH14	3,9245	1,35659	53
SEH15	4,4151	1,40650	53
SEH16	4,4906	1,23448	53
SEH17	4,6792	1,32685	53
SEH18	3,8302	1,52840	53
SEH19	4,7547	1,22326	53
SEH20	4,7547	1,14196	53
SEH21	4,2642	1,12918	53
SEH22	4,7736	1,13750	53
SEH23	5,0000	1,05612	53
SEH24	5,0566	1,09921	53
SEH25	5,0377	,89791	53
SEH26	5,2075	,81709	53
SEH27	5,0000	1,05612	53
SEH28	5,6226	,59570	53
SEH29	5,6038	,53131	53
SEH30	5,5283	,72334	53
SEH31	4,7925	,92733	53
SEH32	5,0755	,82855	53
SEH33	5,1321	,92065	53
SEH34	4,7736	,99308	53
SEH35	5,1887	,85612	53
SEH36	5,4717	1,13686	53

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SEH1	166,2264	341,140	,277	,892
SEH2	165,9057	333,356	,480	,889
SEH3	165,8491	332,515	,536	,888
SEH4	166,2830	331,322	,338	,892
SEH5	165,8302	334,451	,326	,891
SEH6	167,0189	332,211	,384	,890
SEH7	166,0943	329,741	,486	,889
SEH8	165,5283	330,639	,429	,890
SEH9	165,7170	339,053	,223	,893
SEH10	165,6415	327,773	,357	,892
SEH11	165,6981	329,715	,336	,892
SEH12	165,7547	332,266	,302	,892
SEH13	166,0377	321,460	,478	,889
SEH14	166,5094	321,370	,554	,887
SEH15	166,0189	320,865	,542	,887
SEH16	165,9434	324,208	,550	,887
SEH17	165,7547	326,150	,465	,889
SEH18	166,6038	332,782	,270	,893
SEH19	165,6792	324,953	,538	,888
SEH20	165,6792	327,453	,518	,888
SEH21	166,1698	325,644	,571	,887
SEH22	165,6604	337,652	,269	,892
SEH23	165,4340	330,827	,475	,889
SEH24	165,3774	331,855	,427	,890
SEH25	165,3962	338,052	,343	,891
SEH26	165,2264	335,871	,455	,890
SEH27	165,4340	327,597	,561	,887
SEH28	164,8113	335,271	,667	,888
SEH29	164,8302	338,605	,577	,890
SEH30	164,9057	335,626	,529	,889
SEH31	165,6415	342,696	,193	,893
SEH32	165,3585	332,388	,566	,888
SEH33	165,3019	331,907	,519	,889
SEH34	165,6604	334,113	,415	,890
SEH35	165,2453	336,343	,417	,890
SEH36	164,9623	344,306	,108	,895

B. Putaran 2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	53	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	53	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,897	30

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
SEH2	4,5283	,91155	53
SEH3	4,5849	,86456	53
SEH4	4,1509	1,37835	53
SEH5	4,6038	1,19839	53
SEH6	3,4151	1,18377	53
SEH7	4,3396	1,09093	53
SEH8	4,9057	1,16461	53
SEH10	4,7925	1,54868	53
SEH11	4,7358	1,49552	53
SEH12	4,6792	1,43813	53
SEH13	4,3962	1,53597	53
SEH14	3,9245	1,35659	53
SEH15	4,4151	1,40650	53
SEH16	4,4906	1,23448	53
SEH17	4,6792	1,32685	53
SEH19	4,7547	1,22326	53
SEH20	4,7547	1,14196	53
SEH21	4,2642	1,12918	53
SEH23	5,0000	1,05612	53
SEH24	5,0566	1,09921	53
SEH25	5,0377	,89791	53
SEH26	5,2075	,81709	53
SEH27	5,0000	1,05612	53
SEH28	5,6226	,59570	53
SEH29	5,6038	,53131	53
SEH30	5,5283	,72334	53
SEH32	5,0755	,82855	53
SEH33	5,1321	,92065	53
SEH34	4,7736	,99308	53
SEH35	5,1887	,85612	53

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SEH2	138,1132	275,487	,441	,894
SEH3	138,0566	273,978	,522	,893
SEH4	138,4906	271,832	,350	,897
SEH5	138,0377	274,268	,352	,896
SEH6	139,2264	273,986	,364	,896
SEH7	138,3019	270,599	,498	,893
SEH8	137,7358	272,313	,416	,895
SEH10	137,8491	265,977	,421	,895
SEH11	137,9057	268,279	,391	,896
SEH12	137,9623	270,383	,364	,896
SEH13	138,2453	263,035	,487	,894
SEH14	138,7170	262,515	,576	,891
SEH15	138,2264	262,717	,547	,892
SEH16	138,1509	265,592	,560	,892
SEH17	137,9623	268,806	,439	,894
SEH19	137,8868	266,256	,549	,892
SEH20	137,8868	269,910	,492	,893
SEH21	138,3774	267,163	,575	,892
SEH23	137,6415	273,157	,441	,894
SEH24	137,5849	272,517	,439	,894
SEH25	137,6038	278,552	,344	,896
SEH26	137,4340	277,404	,426	,895

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SEH27	137,6415	269,581	,547	,892
SEH28	137,0189	276,365	,653	,893
SEH29	137,0377	279,114	,578	,894
SEH30	137,1132	277,448	,485	,894
SEH32	137,5660	274,327	,534	,893
SEH33	137,5094	274,024	,485	,894
SEH34	137,8679	275,694	,394	,895
SEH35	137,4528	277,560	,398	,895

LAMPIRAN 6

SKALA PENELITIAN

KUISIONER “A SMART SHOPPER”



PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Kepada Yth

Rekan-rekan mahasiswa terkasih

Di-tempat

Perkenalkan nama Saya Rahmona Hidayati mahasiswi Psikologi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya (FPSB) Universitas Islam Indonesia memohon kesediaan Rekan-rekan untuk mengisi kuesioner yang terlampir sebagai kepentingan studi untuk syarat memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Untuk kepentingan di atas, Saya membutuhkan masukan/umpan balik dari rekan-rekan mahasiswa terkait dengan kondisi yang benar-benar rekan-rekan alami dalam kehidupan sehari-hari. Semua jawaban yang rekan-rekan berikan adalah benar, selama jawaban yang dipilih merupakan hal yang sesuai dengan keadaan rekan-rekan sekalian. Informasi yang ada pada lembar kuesioner ini akan Saya jamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan sesuai dengan tujuan di atas.

Saya mengucapkan terima kasih untuk partisipasinya.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

Rahmona Hidayati

NB: Jika ada informasi yang ditanyakan, silahkan menghubungi via WA 0813-5043-2936 atau via email rahmonahdyt@gmail.com

IDENTITAS DIRI

Nama (boleh inisial) :

Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

Usia :

Fakultas/Jurusan :

Uang saku perbulan : a. < Rp 500.000
 b. Rp 500.000 – 1.000.000
 c. Rp 1.000.000 – 2.000.000
 d. Rp 2.000.000 – 3.000.000
 e. Rp > Rp 3.000.000
 f. dan lain-lain

Aktivitas diluar kuliah : 1. _____
 2. _____
 3. _____

Tempat menghabiskan waktu luang: 1. _____
 2. _____
 3. _____

Dengan ini saya menyatakan bersedia untuk menjadi responden penelitian dan menjawab semua pertanyaan penelitian sesuai dengan keadaan saya yang sejujurnya.

Balikpapan, 2018

Petunjuk Pengerjaan Kuisisioner "A SMART SHOPPER"

Petunjuk Pengerjaan Kuisisioner Bagian A

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan, baca dan pahami baik-baik setiap pernyataan tersebut. Teman-teman diminta untuk mengemukakan pengalaman sesuai dengan keadaan diri yang teman-teman rasakan dengan cara memberikan **SILANG (X)** Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

- 1 : Tidak Pernah
- 2 : Jarang
- 3 : Kadang-Kadang
- 4 : Cukup Sering
- 5 : Sering
- 6 : Selalu

Contoh soal:

Saya menghabiskan waktu luang dengan menonton televisi

Jika selama ini Anda **SERING** mengalami, merasakan, atau melakukan hal tersebut, maka **SILANG (X)** kolom bagian 5 seperti contoh dibawah ini:

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
		1	2	3	4	5	6
1.	Saya menghabiskan waktu luang dengan menonton televisi					X	

BAGIAN A

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan memberi **SILANG(X)** pada pilihan jawaban yang paling menggambarkan diri kamu!

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
		1	2	3	4	5	6
1.	Saya langsung membeli barang yang menarik bagi saya						
2.	Saya membeli barang karena warna yang menarik						
3.	Saya senang dengan kemasan barang yang menarik						
4.	Saya memikirkan manfaat barang yang saya beli						
5.	Saya menunda membeli barang yang menarik bagi saya						
6.	Saya mempertimbangkan dengan matang bila membeli barang yang mahal						

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
7.	Saya berbelanja barang keluaran terbaru (<i>new arrival</i>)	1	2	3	4	5	6
8	Saya menunda untuk membeli barang yang saya sukai	1	2	3	4	5	6
9.	Saya membelanjakan sisa uang saku saya dengan membeli barang yang saya inginkan	1	2	3	4	5	6
10.	Saya tergesa-gesa dalam memutuskan untuk membeli suatu barang	1	2	3	4	5	6
11.	Saya tergoda membeli barang yang teman-teman saya beli	1	2	3	4	5	6
12.	Berbelanja membuat saya merasa bahagia	1	2	3	4	5	6
13.	Berbelanja adalah hal yang sangat menyenangkan bagi saya	1	2	3	4	5	6
14.	Saya senang membeli barang-barang edisi terbatas (<i>limited edition</i>)	1	2	3	4	5	6
15.	Saya membeli barang-barang yang sedang <i>trend</i>	1	2	3	4	5	6
16.	Saya menghabiskan uang saya untuk berbelanja barang yang menarik bagi saya	1	2	3	4	5	6
17	Saya memborong barang-barang yang saya inginkan	1	2	3	4	5	6
18.	Ketika membeli barang yang mahal, harga diri saya meningkat	1	2	3	4	5	6
19.	Saya mengurungkan niat membeli barang yang saya inginkan	1	2	3	4	5	6
20.	Saya membeli barang yang saya sukai dengan harga yang mahal	1	2	3	4	5	6
21.	Saya pergi berbelanja untuk menghilangkan stres	1	2	3	4	5	6

Petunjuk Pengerjaan Kuisisioner Bagian B

Berikut ini terdapat sejumlah pernyataan, baca dan pahami baik-baik setiap pernyataan tersebut. Teman-teman diminta untuk mengemukakan pengalaman sesuai dengan keadaan diri yang teman-teman rasakan dengan cara memberikan **SILANG (X)**. Pilihan jawaban yang tersedia adalah:

- 1 : Sangat Tidak Sesuai
- 2 : Tidak Sesuai
- 3 : Kadang-kadang Sesuai
- 4 : Cukup Sesuai
- 5 : Sesuai
- 6 : Sangat Sesuai

Contoh soal:

Saya sedih apabila melihat seseorang dalam kesulitan

Jika selama ini Anda **CUKUP SESUAI** mengalami, merasakan, atau melakukan hal tersebut, maka **SILANG (X)** kolom bagian 4 seperti contoh dibawah ini:

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
		1	2	3	4	5	6
1.	Saya sedih apabila melihat seseorang dalam kesulitan				X		

BAGIAN B

Jawablah pertanyaan-pertanyaan berikut ini dengan memberi **SILANG(X)** pada pilihan jawaban yang paling menggambarkan diri kamu!

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
		1	2	3	4	5	6
1	Saya akan mampu mewujudkan sebagian besar tujuan-tujuan yang telah saya tetapkan sendiri						
2	Saya akan mampu mengatasi berbagai tantangan-tantangan dengan sukses						
3	Saya tidak berhenti mengerjakan tugas saya walaupun itu sangat sulit						
4	Saya tetap mengerjakan tugas walaupun butuh waktu lama untuk menyelesaikannya						
5	Saya tetap fokus saat belajar meskipun ada banyak gangguan						

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
6	Saya mampu mengenali motivasi-motivasi dibalik tindakan-tindakan saya	1	2	3	4	5	6
7	Saya mengenali suasana hati dan perasaan-perasaan saya	1	2	3	4	5	6
8	Keluarga saya tetap menyayangi dan mendukung satu sama lain dalam situasi yang sulit	1	2	3	4	5	6
9	Ada rasa kebersamaan dalam keluarga saya	1	2	3	4	5	6
10	Keluarga saya akrab satu sama lain	1	2	3	4	5	6
11	Selain teman saya, ada orang lain di kampus yang peduli dengan kebahagiaan saya	1	2	3	4	5	6
12	Saya merasa ada rasa kebersamaan yang kuat di kampus saya	1	2	3	4	5	6
13	Saya merasa cocok kuliah di Universitas ini	1	2	3	4	5	6
14	Saya memiliki teman di kampus yang peduli dengan saya	1	2	3	4	5	6
15	Saya memiliki teman yang memberikan dukungan emosional ketika saya membutuhkannya	1	2	3	4	5	6
16	Ketika saya sedang merasa sedih, saya mencoba untuk fokus pada hal-hal yang positif	1	2	3	4	5	6
17	Saya dapat mengubah suasana hati saya dengan mengalihkan pikiran ke arah ide-ide yang positif	1	2	3	4	5	6
18	Saya mampu memikirkan alternatif lain untuk masalah saat situasinya penuh tekanan	1	2	3	4	5	6
19	Saya merasa sedih ketika teman-teman saya direndahkan	1	2	3	4	5	6
20	Saya bisa merasakan ketakutan atau kecemasan teman-teman saya mengenai kelulusan/wisuda	1	2	3	4	5	6
21	Saya berpikir tentang konsekuensi dampak yang dapat ditimbulkan sebelum bertindak	1	2	3	4	5	6
22	Saya dapat menunggu untuk sesuatu yang saya inginkan	1	2	3	4	5	6

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban					
		1	2	3	4	5	6
23	Saya berpikir sebelum bertindak	1	2	3	4	5	6
24	Saya menghargai hubungan yang telah saya jalin selama hidup saya	1	2	3	4	5	6
25	Saya menghargai mereka yang dekat dengan saya	1	2	3	4	5	6
26	Ketika saya berkaca pada kehidupan saya, ada banyak hal yang patut saya syukuri	1	2	3	4	5	6
27	Saya menjalani hidup dengan gembira dan bersemangat	1	2	3	4	5	6
28	Saat ini saya memiliki banyak energi dalam hidup saya	1	2	3	4	5	6
29	Saya mampu tetap bersikap positif, bahkan saat menghadapi situasi yang tidak pasti	1	2	3	4	5	6
30	Setiap hari saya mencoba untuk bisa menikmati hidup	1	2	3	4	5	6

MOHON DICEK KEMBALI, JANGAN SAMPAI ADA YANG TERLEWATI
TERIMAKASIH ATAS KESEDIAANNYA, SEMOGA ALLAH SWT MELANCARKAN SEGALA
URUSAN TEMAN-TEMAN SEKALIAN! 😊

LAMPIRAN 7

TABULASI DATA PERILAKU KONSUMTIF

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
S1	3	3	3	5	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3
S2	4	2	3	3	4	2	3	4	4	5	3	3	2	4	3	5	3	2	5	2	3
S3	3	3	4	2	4	3	2	4	4	3	2	4	3	2	2	2	2	2	4	2	3
S4	4	3	3	1	4	1	3	4	3	2	2	3	3	3	2	3	1	1	4	3	1
S5	2	3	4	2	3	1	3	4	3	2	4	3	2	2	2	4	4	2	4	4	3
S6	4	3	3	2	2	1	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4	2	2
S7	2	2	3	2	2	1	2	4	2	1	2	5	3	2	3	1	2	2	4	2	3
S8	3	3	5	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	2	1	4	4	4
S9	3	2	3	2	4	4	3	4	2	2	2	5	6	5	4	3	1	2	4	4	5
S10	3	2	1	1	5	1	6	5	5	3	2	4	5	6	6	5	3	2	4	3	4
S11	3	5	3	1	3	2	2	3	5	3	3	2	2	3	3	2	2	3	4	4	4
S12	3	4	4	2	4	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
S13	2	1	1	1	2	1	1	2	6	1	1	2	1	1	1	1	6	1	1	1	1
S14	2	3	3	6	4	1	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3
S15	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
S16	4	4	4	2	2	2	4	2	5	2	1	3	4	4	3	5	3	2	3	1	5
S17	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	2	4	2	3
S18	1	3	3	1	4	1	3	4	4	1	1	1	1	3	3	1	1	1	4	4	1
S19	2	3	2	3	1	4	3	4	3	3	4	5	3	4	2	2	2	2	2	1	1
S20	3	6	6	1	4	1	2	1	4	3	1	6	6	3	1	1	3	1	4	3	3
S21	2	2	2	3	4	2	2	2	3	2	1	2	2	2	5	4	1	3	4	4	4
S22	2	4	6	5	4	1	1	3	2	3	1	2	6	3	1	6	2	4	6	4	3
S23	3	2	2	1	4	1	3	4	3	3	2	4	3	2	2	2	2	1	4	4	4
S24	2	2	2	4	5	1	2	5	2	2	2	3	3	5	2	2	2	2	5	2	3
S25	3	2	3	5	3	2	3	4	4	4	3	5	4	2	3	3	2	4	4	4	4
S26	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
S27	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4
S28	3	2	3	2	4	4	3	5	3	2	2	6	6	5	4	3	1	2	4	4	5
S29	6	6	5	1	3	3	5	3	3	3	4	6	6	6	4	4	4	5	3	5	4
S30	3	5	3	4	2	4	5	4	5	3	5	3	4	3	4	3	5	3	4	4	3
S31	2	3	2	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1
S32	5	3	3	1	4	1	3	3	5	2	3	6	6	3	3	5	3	6	4	5	6
S33	3	2	2	1	5	5	2	5	2	2	1	1	1	4	1	1	1	1	5	2	1
S34	5	4	3	2	1	4	4	4	4	3	2	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4
S35	3	4	3	1	2	1	3	3	3	4	2	5	3	5	3	6	3	4	2	5	4
S36	4	2	3	1	4	4	4	5	5	2	4	6	6	4	4	4	3	3	4	3	6
S37	5	5	5	2	5	2	2	5	5	5	2	5	6	6	5	5	5	5	2	6	5
S38	3	2	3	2	4	3	2	4	4	4	3	3	2	4	3	5	3	1	5	2	4
S39	3	4	5	2	3	2	4	3	5	3	3	5	5	3	5	3	3	2	3	1	5
S40	2	2	3	1	2	1	2	3	1	2	2	6	3	1	1	1	1	1	4	1	3
S41	2	2	2	3	3	3	1	4	1	1	2	4	4	1	1	1	1	1	3	1	4
S42	2	2	2	2	5	4	2	6	5	3	2	3	3	2	2	2	5	3	6	4	1
S43	3	4	5	1	4	2	2	4	3	2	2	4	4	2	2	2	3	4	4	3	2
S44	2	1	3	1	5	1	2	6	3	3	1	3	3	2	1	1	1	1	4	1	1
S45	3	2	3	2	4	4	2	4	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	5	2	2

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
S46	2	1	1	4	2	2	2	2	4	6	2	1	1	1	1	1	1	5	3	5	1
S47	3	2	3	5	4	5	2	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	5	2	2
S48	2	4	3	2	4	1	1	4	4	3	1	5	3	1	1	2	1	1	4	1	2
S49	4	5	5	4	4	3	2	4	4	5	2	4	4	1	3	4	2	2	4	2	4
S50	3	3	3	3	5	3	3	5	5	3	2	6	6	3	3	3	4	3	4	4	6
S51	4	4	6	1	3	1	2	3	5	3	1	6	6	4	4	6	4	6	3	3	4
S52	5	5	5	4	1	1	2	2	2	5	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3
S53	2	3	4	1	2	1	2	2	5	5	2	1	3	2	2	2	1	1	4	1	1
S54	5	2	1	4	3	2	2	6	3	4	3	2	5	6	3	4	2	3	5	4	6
S55	3	5	6	4	2	1	2	3	3	6	6	3	3	1	3	5	5	6	3	6	2
S56	2	3	3	2	4	2	2	4	4	2	4	6	6	2	4	2	2	1	3	2	5
S57	2	3	1	2	3	1	1	4	4	1	1	3	3	1	1	3	1	1	4	3	2
S58	5	5	2	1	6	2	5	6	1	1	1	2	3	3	3	2	2	3	4	2	3
S59	3	3	2	1	5	6	2	3	5	2	3	5	3	5	3	2	2	3	4	4	4
S60	2	5	6	1	2	1	6	2	6	1	3	4	6	2	6	3	2	1	4	3	4
S61	2	3	4	1	1	1	2	4	3	2	1	3	3	2	1	2	2	4	3	3	1
S62	3	3	5	1	4	3	2	4	5	4	4	3	4	2	3	3	2	2	4	2	4
S63	3	1	2	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	4	1	4	1	3	3	3	1
S64	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	5	5	3	2	3	3	5	4	4	4
S65	3	3	4	4	4	3	3	4	2	2	2	6	6	4	3	2	3	2	4	3	3
S66	4	4	3	3	5	4	4	5	4	2	3	6	5	6	4	4	4	3	3	3	4
S67	3	2	2	4	6	6	5	6	5	6	3	6	6	6	5	5	5	2	5	3	1
S68	3	3	3	4	5	1	1	4	2	3	1	3	3	3	2	3	2	1	4	1	2
S69	3	2	1	1	3	2	3	4	3	2	2	4	4	3	3	2	2	1	2	3	5
S70	3	3	3	2	4	1	2	4	3	3	3	2	2	3	1	3	2	2	4	3	2
S71	2	5	5	2	1	1	1	2	6	6	1	3	5	1	1	5	2	1	6	1	5
S72	2	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	1	2	4	2	1
S73	3	2	5	2	4	1	1	5	5	5	5	3	3	5	2	2	3	5	4	5	4
S74	3	2	3	3	2	1	3	2	3	5	2	3	4	5	3	3	1	2	5	2	3
S75	2	3	2	2	2	2	2	4	3	3	3	6	6	2	2	2	2	1	5	1	4
S76	3	3	3	4	5	6	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	6	1	1
S77	5	3	3	2	5	2	2	5	5	3	3	6	6	3	5	6	6	6	4	4	6
S78	3	2	4	3	4	2	2	4	2	2	2	4	3	4	2	3	3	2	4	2	3
S79	3	4	4	3	4	2	3	4	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	4	3	5
S80	3	1	1	1	4	1	1	4	3	1	3	6	3	1	2	1	1	3	4	1	6
S81	4	4	5	5	5	1	2	4	5	4	3	5	5	3	2	6	4	4	4	2	5
S82	2	3	2	1	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	4	1	2
S83	5	3	3	2	4	2	1	4	2	3	1	3	2	1	2	1	1	1	4	3	2
S84	3	2	3	2	2	2	2	4	4	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	2	2
S85	2	3	2	1	5	2	2	4	6	6	6	1	1	1	3	1	5	3	5	4	5
S86	3	4	4	4	2	1	2	2	3	5	4	4	5	2	2	5	3	5	3	5	3
S87	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	3	2	3	2	2	2	4	3	2
S88	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	3	6	6	5	2	4	4	6	4	4	4
S89	2	3	1	2	3	1	3	3	5	1	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2
S90	2	2	5	1	4	1	2	3	5	2	1	3	3	3	3	3	1	1	4	1	3

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
S91	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	1	1	3	3	3	1	3	1	4	3	3
S92	3	1	1	1	3	1	2	4	3	3	3	3	3	1	2	1	2	3	5	1	4
S93	3	3	2	2	3	1	3	2	4	2	3	5	5	2	3	4	4	4	3	3	5
S94	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	3	6	6	3	3	3	3	3	3	3	5
S95	5	3	5	2	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	3	5	2	3	4	3	3
S96	3	3	5	1	3	1	2	4	5	3	3	6	6	3	2	3	1	1	4	2	2
S97	4	3	5	1	2	2	5	2	5	3	4	5	6	3	5	3	3	4	4	2	2
S98	3	2	2	4	4	2	1	4	3	3	1	3	3	1	1	2	1	1	4	1	2
S99	2	2	2	4	3	1	2	4	4	5	4	2	6	1	3	3	3	4	4	2	4
S100	2	1	3	1	4	2	1	4	2	1	1	2	2	2	2	3	1	2	4	1	1
S101	5	5	5	1	5	1	3	3	5	1	1	4	3	2	2	1	2	1	5	2	3
S102	4	4	4	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	4	3	3
S103	5	6	3	1	2	1	3	5	4	3	3	6	6	3	4	5	6	6	2	4	6
S104	2	2	2	1	1	1	2	3	3	3	2	5	5	3	3	3	3	5	2	4	5
S105	6	6	6	1	1	1	6	1	6	5	6	6	5	6	6	6	6	6	1	6	6
S106	6	5	6	1	1	1	5	1	5	5	6	6	4	4	6	6	5	6	1	6	6
S107	6	5	6	2	1	2	4	1	6	6	5	6	5	6	5	5	6	6	1	6	6
S108	6	4	5	3	3	2	5	4	5	6	3	6	6	2	3	4	5	6	4	6	6
S109	6	3	1	1	6	4	6	6	6	2	3	6	6	3	6	6	6	3	5	3	6
S110	4	1	2	1	2	1	1	4	2	6	5	6	6	1	1	2	1	6	6	1	6
S111	3	5	1	1	4	1	1	4	3	2	1	3	3	1	2	3	1	3	4	3	4
S112	2	2	3	1	2	1	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	1	1	2	1	3
S113	3	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	3	3	3	3	1	1	3	3	2	1
S114	2	2	2	1	3	1	2	5	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	5	5
S115	3	5	6	1	3	1	5	3	3	3	3	5	6	2	4	5	3	2	4	3	3
S116	3	3	3	2	2	1	2	2	3	3	2	3	3	1	2	3	3	1	6	2	2
S117	3	4	5	1	4	1	2	4	2	1	1	1	5	1	2	1	1	1	5	2	5
S118	3	3	2	3	2	2	3	3	3	1	2	5	5	4	2	2	2	3	4	4	4
S119	2	2	5	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
S120	3	1	6	4	4	3	4	5	3	3	1	6	4	3	1	3	3	1	4	3	3
S121	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	2	2	1	4	3	4
S122	3	4	3	3	4	2	3	5	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	5	2	3
S123	2	1	1	2	5	1	2	4	4	2	2	3	2	1	2	2	2	3	4	2	1
S124	1	5	3	5	2	2	3	2	3	2	2	6	6	3	3	3	2	1	5	2	5
S125	3	2	3	1	4	2	3	3	5	4	2	5	6	5	3	3	2	2	4	2	3
S126	3	2	3	3	4	2	2	3	5	2	2	4	5	2	2	3	1	2	4	2	3
S127	3	3	2	2	4	1	2	5	4	2	1	6	6	2	2	4	1	6	5	2	6
S128	2	2	3	1	6	3	3	6	1	3	1	3	6	2	3	1	3	1	3	3	3
S129	3	4	5	1	5	4	3	2	3	3	1	3	3	2	3	3	2	3	5	3	4
S130	3	2	4	3	2	1	4	4	3	4	4	6	6	4	5	3	3	4	3	3	3
S131	3	2	3	4	3	2	2	3	5	2	3	6	5	1	3	3	3	3	3	2	4
S132	5	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3
S133	3	2	5	3	3	3	3	4	5	2	2	3	3	3	3	3	1	2	4	3	3
S134	3	3	4	2	3	2	2	3	4	2	3	5	6	3	3	4	3	3	5	2	5
S135	4	5	6	2	4	2	2	4	5	4	6	6	6	1	2	4	3	4	3	2	3

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
S136	3	4	4	1	3	1	2	4	4	2	3	4	3	2	2	3	3	4	3	2	3
S137	4	5	5	2	3	5	1	3	6	4	3	4	6	1	4	4	3	1	3	2	2
S138	3	3	4	1	4	1	3	4	2	1	2	6	6	3	3	3	5	5	5	3	6
S139	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	6	3	3	3	4	3	4	4	3	4
S140	6	3	3	4	4	4	3	4	6	6	1	6	6	6	3	6	6	6	4	3	6
S141	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	6	6	4	3	4	3	5	4	5	5
S142	5	2	5	2	5	2	5	4	4	5	5	2	5	5	5	4	5	4	5	2	4
S143	5	5	5	2	2	2	6	2	6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	2	5	5
S144	2	5	3	1	2	1	3	2	4	1	2	2	3	2	3	1	2	1	5	2	2
S145	6	6	2	1	5	4	3	5	5	6	1	3	3	2	2	2	5	3	6	2	2
S146	3	4	3	1	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
S147	5	5	5	1	5	4	5	6	3	3	1	5	5	5	1	5	5	1	6	5	6
S148	3	3	5	6	4	5	4	5	2	1	4	2	2	2	4	2	4	3	4	2	3
S149	5	1	6	4	4	6	1	6	2	1	2	6	6	3	1	1	1	1	6	1	3
S150	3	3	2	3	4	3	2	4	2	2	3	2	2	1	1	1	2	3	5	2	1
S151	3	2	5	1	3	1	2	4	2	3	1	1	2	1	1	2	1	3	4	1	2
S152	2	2	2	1	4	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
S153	3	2	2	1	2	1	1	2	4	2	3	6	6	1	2	1	2	1	2	2	4
S154	3	4	3	4	3	5	3	4	4	2	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	5
S155	2	2	2	3	4	4	3	4	2	2	2	4	4	3	2	2	2	2	4	4	2
S156	3	3	3	2	3	2	2	3	3	4	2	4	5	3	2	4	3	2	3	3	4
S157	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	4	4
S158	3	2	3	2	4	4	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	1	4	2	3
S159	3	6	6	3	6	6	3	6	6	6	1	6	6	6	3	3	3	6	6	4	6
S160	4	3	3	2	1	1	3	2	5	5	4	5	5	3	3	5	5	3	2	3	4
S161	2	1	1	1	5	1	3	1	2	3	2	1	1	4	3	1	1	4	3	2	4
S162	3	2	1	2	5	1	3	4	4	2	3	3	2	2	4	3	1	1	4	3	2
S163	3	4	2	3	3	2	2	5	3	3	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1
S164	4	6	6	1	4	4	4	4	3	3	2	5	5	3	4	4	4	1	5	2	4
S165	4	4	4	2	4	3	4	2	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4
S166	3	1	3	1	2	1	1	2	2	5	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1
S167	5	2	5	1	4	1	2	4	2	3	3	3	3	2	2	2	5	2	4	2	2
S168	3	3	2	1	4	4	4	6	3	3	1	1	1	5	1	1	1	5	4	3	3
S169	1	3	3	1	4	1	1	4	3	3	4	3	2	1	2	3	2	3	5	2	2
S170	4	4	4	1	3	3	2	5	4	3	2	5	3	4	3	2	2	1	4	2	3
S171	3	5	3	1	2	1	2	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	1	4	2	2
S172	2	5	6	1	2	1	1	2	3	2	3	3	3	1	1	2	1	1	2	2	1
S173	3	3	4	1	4	4	3	4	3	2	4	6	6	6	3	3	2	3	5	3	3
S174	3	2	4	2	4	2	2	4	4	2	1	3	3	3	3	1	2	2	4	3	2
S175	3	3	3	3	4	3	3	5	2	3	3	4	5	2	3	3	3	3	5	3	3
S176	5	3	3	5	4	6	5	6	5	1	3	6	6	6	6	5	5	6	6	5	5

LAMPIRAN 8

TABULASI DATA KESEHATAN SOSIAL-

EMOSIONAL

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
S1	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
S2	6	5	5	3	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	6	6	5	6	5	6
S3	4	4	4	4	3	4	5	6	6	6	5	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3
S4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	4	6	6	4	6
S5	5	5	4	4	3	5	5	2	2	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
S6	3	3	4	4	2	2	3	3	2	4	3	3	2	2	2	3	4	3	2	3	3
S7	3	4	4	6	3	5	4	5	6	5	3	3	5	3	3	5	3	3	4	3	5
S8	5	5	6	6	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	6	4	5
S9	5	4	3	3	2	3	4	5	5	5	6	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3
S10	5	4	4	4	4	5	6	3	3	3	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	5
S11	5	4	5	5	4	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	6	5	4	4	4
S12	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
S13	6	6	6	6	2	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	6	6	6	1	6
S14	3	3	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	3	3	3	3
S15	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
S16	6	6	3	4	3	5	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	6
S17	5	4	2	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
S18	5	4	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	5	5	6	5	6
S19	5	4	3	4	4	4	4	5	4	6	4	5	3	3	2	4	3	5	4	4	3
S20	3	4	3	3	2	3	4	6	6	6	3	3	4	3	3	6	3	3	5	3	6
S21	1	2	3	2	6	3	2	6	1	2	4	1	2	1	3	4	2	2	4	1	6
S22	3	2	6	1	3	6	1	3	5	1	4	2	6	1	4	2	6	1	3	2	2
S23	3	4	3	4	3	3	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
S24	4	4	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	3
S25	4	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	5	4	6	4	4	4	6	4	2
S26	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
S27	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
S28	5	4	3	3	2	3	5	5	5	5	6	4	5	5	4	5	4	4	3	3	3
S29	3	3	5	4	4	4	4	6	4	4	4	5	6	6	4	4	4	4	4	3	3
S30	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	5	3	4	3
S31	3	4	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	5
S32	4	6	5	3	4	5	3	5	4	4	5	4	3	6	3	4	4	5	3	5	3
S33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	2	3	4
S34	4	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	5	3	3	4	3
S35	6	6	5	3	3	3	4	5	3	3	6	4	3	5	3	5	4	4	6	5	3
S36	5	4	3	3	3	5	5	3	3	3	4	2	3	4	4	5	5	5	6	4	5
S37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S38	5	5	4	5	4	6	4	6	5	5	5	6	6	5	6	6	6	5	5	5	6
S39	6	5	2	4	3	5	5	6	6	6	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5
S40	3	4	3	5	2	4	4	6	6	5	2	3	4	3	3	5	3	3	3	3	5
S41	3	3	3	4	3	4	4	6	6	6	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	5
S42	5	4	4	5	3	4	6	4	6	4	5	2	3	5	5	4	3	3	4	3	5
S43	3	3	2	2	1	5	5	6	5	4	3	2	5	5	4	3	4	5	4	5	6

	22	23	24	25	26	27	28	29	30
S1	5	4	5	4	5	4	4	4	4
S2	4	4	5	5	6	5	6	5	5
S3	5	4	5	6	6	5	5	5	6
S4	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S5	5	3	3	4	5	4	6	5	6
S6	4	2	2	3	2	2	6	5	4
S7	5	5	5	5	4	6	5	5	6
S8	4	5	4	5	4	4	5	5	6
S9	4	4	4	4	5	6	5	5	6
S10	4	3	5	6	6	6	4	3	5
S11	4	5	5	6	6	6	4	4	6
S12	4	4	4	4	4	4	5	4	4
S13	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S14	3	3	3	3	3	3	3	3	3
S15	4	4	4	4	5	5	5	5	5
S16	6	5	6	5	5	5	5	4	6
S17	4	5	5	5	4	5	4	4	5
S18	6	4	6	6	6	6	6	6	6
S19	3	3	5	5	5	5	3	3	4
S20	6	6	5	6	5	5	6	5	6
S21	2	4	1	2	5	2	3	6	1
S22	4	2	1	5	1	6	1	4	6
S23	6	4	5	5	6	5	4	5	6
S24	6	6	6	6	6	6	5	5	5
S25	6	4	4	4	3	5	4	5	6
S26	4	5	5	4	5	5	5	5	6
S27	4	5	5	4	5	4	5	5	4
S28	4	4	4	4	6	6	5	5	6
S29	4	5	5	6	6	3	4	4	5
S30	4	3	4	3	4	3	4	4	4
S31	5	6	6	6	6	6	5	6	6
S32	4	4	3	5	3	4	6	5	4
S33	4	5	5	5	5	5	4	5	5
S34	3	4	3	4	3	2	4	4	3
S35	4	4	3	4	4	3	4	6	4
S36	5	4	5	5	5	5	3	5	5
S37	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S38	4	5	5	6	5	5	5	5	5
S39	5	5	5	5	5	5	5	4	5
S40	5	5	6	5	6	4	6	5	6
S41	4	5	5	5	5	5	4	4	5
S42	5	5	5	5	4	3	4	3	4
S43	6	6	5	6	5	3	3	4	4

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
S44	4	6	6	6	6	4	5	6	3	3	6	4	5	6	5	6	6	6	5	6	6
S45	4	4	3	2	3	2	3	4	4	4	3	1	1	1	3	3	2	3	1	3	3
S46	4	4	1	1	1	5	6	3	3	4	3	5	3	4	3	6	5	4	5	3	4
S47	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	5	4	3
S48	5	4	4	4	3	3	4	6	4	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4	3	4
S49	4	4	3	4	3	3	4	5	5	5	3	4	5	2	3	3	3	4	5	4	3
S50	6	5	6	6	3	3	5	3	3	3	2	3	4	6	5	5	5	5	5	5	5
S51	5	4	4	6	4	4	6	6	6	6	2	2	3	3	3	5	3	3	4	4	5
S52	5	3	2	3	3	3	4	5	5	5	4	3	4	5	5	4	3	3	5	4	3
S53	6	5	4	5	3	4	4	5	6	6	5	4	5	6	5	5	5	4	6	5	6
S54	3	6	3	4	1	2	4	6	6	6	6	5	4	5	6	4	5	4	6	6	6
S55	4	5	4	5	3	6	4	6	6	6	2	2	4	4	3	5	5	6	3	1	4
S56	4	3	5	4	2	4	5	5	5	6	6	6	6	5	5	5	6	5	6	5	5
S57	5	5	6	5	4	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	4	5	5	6	3	6
S58	4	5	3	5	5	6	5	4	6	6	4	4	4	6	5	4	6	5	4	4	5
S59	6	5	3	3	3	3	5	6	5	6	5	6	5	6	6	5	4	5	6	5	4
S60	6	3	1	1	1	5	3	6	6	6	5	4	6	6	6	3	3	3	6	2	3
S61	4	4	6	6	3	4	4	6	6	6	4	3	5	4	5	6	5	4	6	5	5
S62	5	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4
S63	3	3	3	6	2	6	6	1	1	4	2	2	4	2	2	3	3	6	3	1	3
S64	4	5	3	3	3	4	5	6	6	6	6	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3
S65	4	5	3	3	2	3	3	4	6	6	4	4	3	3	3	2	3	3	6	4	4
S66	3	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	3
S67	6	5	2	5	3	2	6	5	4	2	1	1	1	1	1	6	4	2	6	1	3
S68	3	3	2	2	2	3	4	5	5	5	3	3	5	3	4	4	4	4	5	3	3
S69	3	4	4	5	2	4	5	6	6	6	6	6	5	6	6	6	5	5	6	6	3
S70	3	1	3	5	3	3	3	4	3	3	4	3	3	1	2	3	3	3	3	5	4
S71	2	6	6	6	5	6	6	5	5	5	3	5	6	6	5	6	6	5	5	5	5
S72	3	4	4	4	3	4	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	4	4	6	6
S73	3	5	2	3	3	4	5	5	6	5	3	4	4	4	4	5	4	3	6	6	4
S74	4	4	3	4	3	3	4	6	6	6	6	4	5	6	6	6	5	5	6	5	6
S75	3	3	3	4	4	3	5	5	5	6	5	4	5	6	5	5	5	5	5	5	5
S76	4	3	4	4	4	3	5	5	6	6	5	5	4	3	6	6	4	5	6	5	6
S77	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	4	4	4	3	6	6	6	6	6	6
S78	4	3	3	4	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5
S79	5	5	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4
S80	6	5	4	4	4	5	5	5	4	6	5	5	4	4	4	6	5	4	5	5	6
S81	4	5	5	5	5	3	5	6	6	6	5	6	4	6	6	6	5	5	6	6	6
S82	6	6	5	6	5	6	6	4	6	4	4	5	5	4	6	6	6	5	5	5	6
S83	4	5	3	3	3	5	5	3	3	3	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5
S84	5	5	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6	5	6	6	5	5	5	6	6	5
S85	4	4	6	6	3	3	6	3	2	3	1	3	5	6	6	5	5	1	6	5	6
S86	2	3	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	5	5	3

	22	23	24	25	26	27	28	29	30
S44	3	6	6	6	6	3	5	5	6
S45	3	3	3	3	3	3	2	3	3
S46	5	5	5	5	5	4	4	4	5
S47	3	3	4	4	3	3	3	3	3
S48	5	5	5	5	5	4	4	4	4
S49	4	3	5	5	4	4	5	4	3
S50	5	5	5	6	6	5	4	5	6
S51	5	5	3	3	6	3	3	4	6
S52	3	3	5	5	4	5	5	4	6
S53	5	4	5	6	5	5	5	5	6
S54	5	4	6	6	6	6	5	4	6
S55	5	5	5	6	6	6	6	6	6
S56	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S57	5	5	6	6	5	5	5	5	6
S58	4	5	5	5	4	5	5	5	4
S59	5	4	6	6	6	5	5	4	5
S60	3	3	5	5	5	5	5	3	5
S61	5	5	4	6	6	5	5	4	4
S62	3	3	4	4	5	4	4	3	4
S63	3	3	3	3	5	3	2	2	3
S64	5	3	5	5	6	5	5	5	5
S65	4	4	4	6	6	6	4	4	4
S66	5	5	5	6	5	5	5	4	5
S67	3	2	4	6	6	5	5	4	3
S68	3	4	5	5	5	5	5	5	5
S69	5	6	6	6	6	6	6	6	6
S70	3	3	4	3	3	3	5	6	5
S71	5	5	6	6	6	6	6	5	6
S72	5	5	6	6	6	6	5	5	6
S73	4	4	5	5	6	5	4	4	6
S74	6	4	6	6	5	5	5	4	5
S75	3	3	3	3	3	3	3	4	3
S76	4	5	6	6	6	5	3	4	5
S77	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S78	2	4	3	3	4	5	5	5	5
S79	3	4	4	4	4	4	5	4	5
S80	4	5	6	5	6	6	6	4	6
S81	5	5	5	6	6	5	5	5	5
S82	5	5	6	6	6	5	5	5	5
S83	6	4	6	6	6	6	6	5	6
S84	5	4	6	6	6	6	6	6	6
S85	6	6	6	6	5	4	5	3	5
S86	3	3	3	3	5	4	5	4	4

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
S87	3	4	3	5	3	5	5	4	6	6	5	4	4	4	4	4	4	5	6	5	4
S88	6	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6
S89	4	3	5	6	3	4	6	6	6	6	5	5	4	5	5	5	5	5	5	6	6
S90	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
S91	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3
S92	4	5	3	6	3	3	5	6	6	6	5	4	3	6	6	6	6	3	3	6	5
S93	3	3	4	6	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	5	6	4	4	5	6	5
S94	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4
S95	4	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
S96	3	3	3	6	3	4	6	6	6	6	3	6	6	3	3	3	3	3	6	6	6
S97	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4
S98	4	4	3	4	3	4	4	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
S99	3	4	1	1	1	3	3	5	5	5	6	6	3	5	5	3	4	2	2	1	4
S100	5	4	3	5	4	5	5	5	6	6	3	3	4	4	3	5	4	5	4	4	6
S101	3	5	3	5	5	5	3	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5	3	5
S102	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
S103	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	4	5	6	4	6
S104	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	5
S105	6	6	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	5	6	6	6
S106	6	6	6	5	6	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	6
S107	6	5	6	6	6	5	6	4	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	6	5	6
S108	6	6	5	5	5	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	5
S109	3	4	4	3	3	5	5	5	6	6	3	6	6	6	5	2	6	3	4	5	3
S110	2	2	6	6	6	4	4	6	6	6	1	6	6	6	1	3	6	4	6	6	6
S111	5	3	2	2	2	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5
S112	2	3	5	4	3	4	6	5	5	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	6	3
S113	5	5	4	4	3	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	6	6	6	6	5	6
S114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
S115	3	3	3	4	3	3	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5
S116	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
S117	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5	6	5	5	5	5	5	3	6
S118	5	5	4	5	4	4	5	6	6	6	4	5	1	2	4	5	5	4	5	3	5
S119	4	3	5	5	4	3	3	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	5	4	4
S120	5	5	4	6	2	5	6	6	6	6	5	1	1	6	5	5	6	4	6	4	4
S121	5	4	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	5	3
S122	3	3	4	3	4	3	4	5	5	5	4	2	5	3	3	4	5	4	5	4	4
S123	5	5	4	4	3	5	6	5	6	5	3	4	4	5	4	4	4	4	6	6	6
S124	2	1	3	3	3	3	4	6	6	6	5	3	2	3	3	3	4	4	6	6	6
S125	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	2	3	2	4	4	3	3	2	3	4	3
S126	3	3	3	3	2	2	2	4	4	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	4	4
S127	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	2	4	5	4	4	4	4	3	6	4	5
S128	4	3	2	6	3	5	6	5	4	3	5	4	6	4	3	5	5	5	6	6	5
S129	5	4	3	3	3	4	4	5	5	5	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4

	22	23	24	25	26	27	28	29	30
S87	5	4	5	6	4	5	5	5	6
S88	5	5	5	6	6	6	6	6	6
S89	6	6	6	6	6	6	4	4	6
S90	4	5	5	5	6	6	5	5	6
S91	3	3	3	3	3	3	2	3	2
S92	4	4	5	5	6	5	5	4	6
S93	5	4	6	6	6	5	5	4	6
S94	4	4	4	4	5	4	4	3	4
S95	4	4	4	4	3	3	5	5	5
S96	6	6	6	6	6	6	6	3	6
S97	4	4	5	5	5	5	5	5	5
S98	5	4	5	5	6	5	5	4	5
S99	5	1	6	6	6	6	6	6	6
S100	5	5	4	5	4	4	5	4	4
S101	6	5	5	6	6	6	6	6	6
S102	4	4	4	4	4	4	4	4	4
S103	5	6	6	6	6	6	5	6	6
S104	5	6	6	6	6	6	6	6	6
S105	5	6	6	6	5	6	6	6	6
S106	5	6	6	6	5	5	6	6	6
S107	5	6	6	6	6	6	6	6	6
S108	6	6	6	6	6	6	5	6	6
S109	5	6	6	6	6	6	5	5	5
S110	3	1	6	6	6	6	6	6	6
S111	3	1	6	6	6	5	5	5	6
S112	3	3	3	5	4	3	3	3	4
S113	6	6	6	6	6	5	5	6	4
S114	3	5	2	3	1	4	2	3	4
S115	4	5	5	5	5	5	3	4	4
S116	4	4	4	4	4	4	4	4	4
S117	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S118	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S119	4	4	5	5	5	4	4	5	4
S120	6	4	3	6	6	6	6	6	6
S121	5	5	5	5	5	4	3	3	4
S122	4	5	5	5	4	5	4	4	5
S123	5	5	5	5	6	5	5	4	5
S124	3	6	3	5	6	4	5	3	5
S125	3	3	4	4	4	3	3	3	3
S126	3	4	4	4	5	4	3	3	4
S127	5	4	6	6	6	3	4	3	5
S128	5	6	4	1	6	6	4	4	3
S129	3	5	3	4	4	5	4	4	5

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
S130	5	4	6	6	5	5	4	4	4	6	6	6	5	4	4	5	5	5	4	4	4
S131	3	4	4	5	4	4	4	6	5	6	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3
S132	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
S133	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
S134	4	4	3	4	2	3	4	6	6	5	2	3	4	5	1	3	3	2	5	3	4
S135	4	2	5	6	3	3	6	5	6	6	4	4	5	5	6	4	3	3	3	6	6
S136	4	4	4	4	3	4	4	5	5	6	6	4	4	6	6	6	5	5	5	4	4
S137	4	4	5	5	5	4	4	6	6	6	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
S138	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	6	6	6	6	3	3	4	2
S139	6	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	5	3
S140	5	6	3	3	3	5	5	6	6	6	6	4	6	5	5	6	6	4	6	6	5
S141	5	5	4	4	3	5	6	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	6	4	5
S142	3	4	5	3	4	4	5	4	3	4	3	3	5	2	3	2	4	4	5	5	4
S143	3	3	4	4	4	5	5	5	6	5	5	5	4	6	5	5	5	5	5	5	6
S144	4	4	3	3	4	5	6	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	6	5
S145	6	5	5	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	2	5
S146	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4
S147	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3
S148	3	2	1	1	1	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	1	6	3	6	6	5
S149	4	3	3	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	3	6	5	3	6	6	5
S150	3	3	5	5	5	3	5	6	6	6	6	5	6	6	5	6	5	5	6	5	5
S151	4	4	6	4	4	5	4	3	6	5	5	5	6	6	4	4	4	4	4	4	5
S152	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5
S153	3	4	6	6	3	5	6	6	6	6	3	2	3	3	3	5	5	3	5	6	3
S154	3	4	3	4	4	4	5	5	6	6	5	6	6	6	6	4	5	4	3	4	5
S155	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	2	5
S156	4	3	5	3	2	5	6	5	4	3	5	6	4	6	5	4	5	5	4	5	5
S157	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5
S158	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
S159	6	4	6	6	4	3	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	3	6	1	3
S160	4	4	3	4	2	4	5	5	6	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4
S161	6	6	3	4	3	4	6	4	6	6	4	6	6	5	5	6	6	6	6	6	6
S162	3	3	3	6	4	3	5	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4
S163	5	4	3	5	3	5	5	6	6	6	4	5	6	6	5	6	5	4	6	5	5
S164	3	4	4	5	4	4	6	6	6	6	6	6	4	6	6	6	6	5	4	4	4
S165	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
S166	3	4	3	5	3	5	3	4	4	4	2	2	4	5	5	6	6	6	5	5	6
S167	5	3	3	4	3	3	4	6	6	6	5	4	5	6	5	4	4	3	6	3	4
S168	6	6	6	5	5	5	3	2	4	3	6	6	6	6	6	4	4	3	5	3	4
S169	6	6	3	2	3	4	5	6	6	6	4	3	4	3	2	3	4	4	3	2	5
S170	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
S171	5	4	4	5	5	4	4	6	6	6	5	5	6	6	5	5	4	5	5	4	4
S172	3	3	4	5	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4

	22	23	24	25	26	27	28	29	30
S130	4	4	5	5	5	5	4	4	4
S131	5	5	5	5	5	5	4	5	6
S132	5	6	5	6	6	6	5	5	6
S133	4	4	4	5	4	5	5	4	5
S134	5	2	4	5	5	4	3	4	5
S135	5	5	5	6	5	3	4	3	3
S136	4	4	5	6	6	6	5	5	5
S137	4	5	5	5	5	5	5	5	5
S138	3	3	3	4	4	3	4	3	6
S139	3	5	3	4	3	4	3	4	4
S140	3	4	6	6	6	6	6	4	6
S141	5	5	6	6	5	4	5	5	5
S142	3	3	3	5	5	5	2	2	4
S143	6	6	6	6	6	6	6	5	6
S144	5	5	5	6	6	4	4	5	4
S145	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S146	4	4	4	4	4	4	4	4	4
S147	3	3	5	5	4	6	6	5	6
S148	6	4	6	6	6	6	1	4	6
S149	5	5	5	5	6	5	4	5	5
S150	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S151	5	4	4	5	5	5	6	6	6
S152	5	5	5	5	6	5	6	5	5
S153	3	3	6	6	5	5	3	3	3
S154	4	6	6	6	6	6	5	5	6
S155	5	5	5	5	5	5	5	5	4
S156	4	5	5	4	5	4	5	6	6
S157	4	5	5	5	4	5	5	5	5
S158	4	4	4	4	4	4	4	4	5
S159	6	3	6	6	6	6	4	4	6
S160	5	5	5	5	5	4	5	4	5
S161	6	6	6	6	6	6	6	6	6
S162	3	3	6	4	3	4	3	3	5
S163	6	5	6	6	6	6	6	6	6
S164	5	6	6	6	6	6	5	4	5
S165	4	4	3	3	3	3	4	4	4
S166	6	5	6	6	6	6	6	6	6
S167	3	5	5	5	6	6	5	4	5
S168	3	4	3	5	3	6	4	5	4
S169	5	6	6	6	6	6	3	6	6
S170	5	5	5	5	6	5	4	5	5
S171	5	5	5	5	5	5	5	4	4
S172	4	5	5	5	3	4	4	3	3

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21		
S173	3	3	3	5	3	3	4	6	6	6	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	
S174	4	4	5	6	5	4	5	4	3	3	5	6	5	6	6	5	5	4	6	4	6	6	
S175	3	4	4	5	3	4	3	6	6	6	6	6	4	6	6	4	3	4	3	4	3	4	5
S176	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5

	22	23	24	25	26	27	28	29	30
S173	5	5	5	6	6	6	5	4	5
S174	5	6	6	6	5	6	6	5	6
S175	3	3	4	5	6	5	6	4	6
S176	4	4	4	4	5	5	5	5	5

LAMPIRAN 9
DESKRIPSI RESPONDEN

A. Deskripsi Data Penelitian

Descriptive Statistics									
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance	
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Statistic
PERILAKU_KONSUMTIF	176	71	31	102	11306	64,24	1,105	14,660	214,903
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	176	93	81	174	23782	135,13	1,498	19,870	394,830
Valid N (listwise)	176								

Statistics			
		PERILAKU_KONSUMTIF	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH
N	Valid	176	176
	Missing	0	0
Mean		64,24	135,13
Std. Error of Mean		1,105	1,498
Median		64,50	136,00
Mode		65	134 ^a
Std. Deviation		14,660	19,870
Variance		214,903	394,830
Range		71	93
Minimum		31	81
Maximum		102	174
Sum		11306	23782
Percentiles	20	50,40	119,00
	40	60,00	131,00
	60	67,20	141,00
	80	74,60	152,60

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

PERILAKU_KONSUMTIF					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	31	2	1,1	1,1	1,1
	32	1	,6	,6	1,7
	34	1	,6	,6	2,3
	35	1	,6	,6	2,8
	39	1	,6	,6	3,4
	40	1	,6	,6	4,0
	41	1	,6	,6	4,5
	42	1	,6	,6	5,1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
43	1	,6	,6	5,7
44	1	,6	,6	6,3
45	6	3,4	3,4	9,7
46	3	1,7	1,7	11,4
47	2	1,1	1,1	12,5
48	6	3,4	3,4	15,9
49	2	1,1	1,1	17,0
50	5	2,8	2,8	19,9
51	2	1,1	1,1	21,0
52	2	1,1	1,1	22,2
53	4	2,3	2,3	24,4
54	2	1,1	1,1	25,6
55	4	2,3	2,3	27,8
56	5	2,8	2,8	30,7
57	1	,6	,6	31,3
58	2	1,1	1,1	32,4
59	7	4,0	4,0	36,4
60	7	4,0	4,0	40,3
61	4	2,3	2,3	42,6
62	7	4,0	4,0	46,6
63	4	2,3	2,3	48,9
64	2	1,1	1,1	50,0
65	10	5,7	5,7	55,7
66	4	2,3	2,3	58,0
67	4	2,3	2,3	60,2
68	2	1,1	1,1	61,4
69	7	4,0	4,0	65,3
70	6	3,4	3,4	68,8
71	5	2,8	2,8	71,6
72	5	2,8	2,8	74,4
73	5	2,8	2,8	77,3
74	5	2,8	2,8	80,1
75	3	1,7	1,7	81,8
76	1	,6	,6	82,4
77	1	,6	,6	83,0
78	5	2,8	2,8	85,8
79	2	1,1	1,1	86,9
80	2	1,1	1,1	88,1
81	1	,6	,6	88,6
82	1	,6	,6	89,2
83	1	,6	,6	89,8
84	1	,6	,6	90,3
85	1	,6	,6	90,9
87	2	1,1	1,1	92,0
89	2	1,1	1,1	93,2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
90	1	,6	,6	93,8
92	2	1,1	1,1	94,9
93	2	1,1	1,1	96,0
94	2	1,1	1,1	97,2
96	2	1,1	1,1	98,3
99	1	,6	,6	98,9
101	1	,6	,6	99,4
102	1	,6	,6	100,0
Total	176	100,0	100,0	

SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 81	1	,6	,6	,6
83	1	,6	,6	1,1
84	1	,6	,6	1,7
90	1	,6	,6	2,3
93	1	,6	,6	2,8
94	2	1,1	1,1	4,0
98	1	,6	,6	4,5
100	1	,6	,6	5,1
102	2	1,1	1,1	6,3
104	1	,6	,6	6,8
105	2	1,1	1,1	8,0
106	1	,6	,6	8,5
109	2	1,1	1,1	9,7
111	2	1,1	1,1	10,8
112	1	,6	,6	11,4
113	4	2,3	2,3	13,6
114	1	,6	,6	14,2
115	1	,6	,6	14,8
116	4	2,3	2,3	17,0
117	1	,6	,6	17,6
118	2	1,1	1,1	18,8
119	5	2,8	2,8	21,6
120	2	1,1	1,1	22,7
121	3	1,7	1,7	24,4
122	1	,6	,6	25,0
123	2	1,1	1,1	26,1
124	3	1,7	1,7	27,8
125	4	2,3	2,3	30,1
126	6	3,4	3,4	33,5
127	2	1,1	1,1	34,7
128	3	1,7	1,7	36,4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
129	2	1,1	1,1	37,5
130	3	1,7	1,7	39,2
131	2	1,1	1,1	40,3
132	3	1,7	1,7	42,0
133	2	1,1	1,1	43,2
134	7	4,0	4,0	47,2
135	2	1,1	1,1	48,3
136	4	2,3	2,3	50,6
137	5	2,8	2,8	53,4
138	4	2,3	2,3	55,7
139	3	1,7	1,7	57,4
140	2	1,1	1,1	58,5
141	7	4,0	4,0	62,5
142	2	1,1	1,1	63,6
143	5	2,8	2,8	66,5
144	4	2,3	2,3	68,8
145	5	2,8	2,8	71,6
146	3	1,7	1,7	73,3
147	2	1,1	1,1	74,4
148	2	1,1	1,1	75,6
149	5	2,8	2,8	78,4
150	2	1,1	1,1	79,5
152	1	,6	,6	80,1
153	3	1,7	1,7	81,8
154	2	1,1	1,1	83,0
155	4	2,3	2,3	85,2
156	1	,6	,6	85,8
157	1	,6	,6	86,4
158	3	1,7	1,7	88,1
159	1	,6	,6	88,6
160	2	1,1	1,1	89,8
161	1	,6	,6	90,3
162	1	,6	,6	90,9
163	1	,6	,6	91,5
164	1	,6	,6	92,0
166	1	,6	,6	92,6
168	3	1,7	1,7	94,3
169	2	1,1	1,1	95,5
170	1	,6	,6	96,0
171	1	,6	,6	96,6
172	3	1,7	1,7	98,3
173	1	,6	,6	98,9
174	2	1,1	1,1	100,0
Total	176	100,0	100,0	

B. Deskripsi berdasarkan Uang Saku

		Uang Saku			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 500.000	48	27,3	27,3	27,3
	Rp 500.000 - 1.000.000	61	34,7	34,7	61,9
	Rp 1.000.000 - 2.000.000	37	21,0	21,0	83,0
	> Rp 2.000.000	30	17,0	17,0	100,0
	Total	176	100,0	100,0	

C. Deskripsi berdasarkan Aktivitas Diluar Kuliah

		Aktivitas Diluar Kuliah			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kerja	47	26,7	26,7	26,7
	Organisasi	22	12,5	12,5	39,2
	jalan-jalan	62	35,2	35,2	74,4
	Belajar	2	1,1	1,1	75,6
	Kursus	11	6,3	6,3	81,8
	Gaming	9	5,1	5,1	86,9
	Olahraga	23	13,1	13,1	100,0
	Total	176	100,0	100,0	

D. Deskripsi berdasarkan Tempat Menghabiskan Waktu Luang

		Tempat Menghabiskan Waktu Luang			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rumah	66	37,5	37,5	37,5
	Cafe	25	14,2	14,2	51,7
	Perpustakaan	6	3,4	3,4	55,1
	Sekretariat	3	1,7	1,7	56,8
	Kampus	4	2,3	2,3	59,1
	Pantai	6	3,4	3,4	62,5
	Kantor	10	5,7	5,7	68,2
	Mall	38	21,6	21,6	89,8
	Lapangan	10	5,7	5,7	95,5
	Kantin	6	3,4	3,4	98,9
	Tempat Wisata	2	1,1	1,1	100,0
	Total	176	100,0	100,0	

LAMPIRAN 10

UJI ASUMSI

A. Uji Normalitas

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKU_KONSUMTIF	176	100,0%	0	0,0%	176	100,0%
SOCIAL_EMOTIONAL_HEA LTH	176	100,0%	0	0,0%	176	100,0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error	
PERILAKU_KONSUMTIF	Mean	64,24	1,105	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	62,06	
		Upper Bound	66,42	
	5% Trimmed Mean	64,02		
	Median	64,50		
	Variance	214,903		
	Std. Deviation	14,660		
	Minimum	31		
	Maximum	102		
	Range	71		
	Interquartile Range	19		
	Skewness	,242	,183	
	Kurtosis	-,041	,364	
	SOCIAL_EMOTIONAL_HEA LTH	Mean	135,13	1,498
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	132,17	
		Upper Bound	138,08	
5% Trimmed Mean		135,55		
Median		136,00		
Variance		394,830		
Std. Deviation		19,870		
Minimum		81		
Maximum		174		
Range		93		
Interquartile Range		26		
Skewness		-,249	,183	
Kurtosis		-,074	,364	

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF	,054	176	,200*	,988	176	,132
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL LTH	,046	176	,200*	,988	176	,138

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

B. Uji Linearitas

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKU_KONSUMTIF *	176	100,0%	0	0,0%	176	100,0%
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH						

Report

PERILAKU_KONSUMTIF	Mean	N	Std. Deviation
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH			
81	60,00	1	.
83	55,00	1	.
84	56,00	1	.
90	61,00	1	.
93	39,00	1	.
94	68,00	2	1,414
98	59,00	1	.
100	55,00	1	.
102	68,50	2	13,435
104	79,00	1	.
105	82,00	2	14,142
106	55,00	1	.
109	56,00	2	21,213
111	81,00	2	5,657
112	45,00	1	.
113	69,75	4	5,909
114	67,00	1	.
115	60,00	1	.
116	64,75	4	11,087
117	54,00	1	.
118	73,00	2	1,414
119	54,60	5	4,879
120	67,50	2	3,536
121	64,67	3	6,506
122	66,00	1	.
123	66,00	2	5,657
124	64,67	3	7,371

PERILAKU_KONSUMTIF SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	Mean	N	Std. Deviation
125	67,25	4	2,062
126	70,00	6	12,264
127	37,50	2	7,778
128	71,67	3	3,786
129	62,00	2	16,971
130	78,33	3	9,238
131	47,50	2	3,536
132	62,67	3	,577
133	50,50	2	12,021
134	68,57	7	11,073
135	63,50	2	6,364
136	59,75	4	5,737
137	72,80	5	8,701
138	63,25	4	2,630
139	58,00	3	17,321
140	69,00	2	15,556
141	56,57	7	16,030
142	74,50	2	17,678
143	54,60	5	16,456
144	76,50	4	25,371
145	60,40	5	9,940
146	65,00	3	17,321
147	69,00	2	1,414
148	64,50	2	,707
149	58,80	5	8,643
150	70,00	2	32,527
152	56,00	1	.
153	79,67	3	30,288
154	87,00	2	12,728
155	63,00	4	5,477
156	46,00	1	.
157	65,00	1	.
158	61,33	3	18,339
159	44,00	1	.
160	53,50	2	12,021
161	51,00	1	.
162	40,00	1	.
163	74,00	1	.
164	46,00	1	.
166	35,00	1	.
168	75,67	3	19,858
169	41,50	2	14,849
170	46,00	1	.
171	96,00	1	.
172	91,67	3	2,517
173	99,00	1	.
174	57,00	2	4,243
Total	64,24	176	14,660

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF *	Between	(Combined)	21257,599	73	291,200	1,817	,003
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Groups	Linearity	65,031	1	65,031	,406	,526
		Deviation from Linearity	21192,568	72	294,341	1,836	,002
	Within Groups		16350,379	102	160,298		
	Total		37607,977	175			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	,042	,002	,752	,565

C. Uji Hipotesis**Correlations**

			PERILAKU_KONSUMTIF	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH
Spearman's rho	PERILAKU_KONSUMTIF	Correlation Coefficient	1,000	-,033
		Sig. (1-tailed)	.	,330
		N	176	176
	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Correlation Coefficient	-,033	1,000
		Sig. (1-tailed)	,330	.
		N	176	176

LAMPIRAN 11

HASIL ANALISIS TAMBAHAN

A. Uji Regresi Berdasarkan Aspek Kesehatan Sosial dan Emosi

1. Aspek Kepercayaan Diri

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	aspek_kepercayaan_diri ^b		. Enter

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,094 ^a	,009	,003	14,636

a. Predictors: (Constant), aspek_kepercayaan_diri

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334,023	1	334,023	1,559	,213 ^b
	Residual	37273,954	174	214,218		
	Total	37607,977	175			

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), aspek_kepercayaan_diri

2. Aspek Kepercayaan Terhadap Orang Lain

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	aspek_kepercayaan_pada_orang_lain ^b		. Enter

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,052 ^a	,003	-,003	14,682

a. Predictors: (Constant), aspek_kepercayaan_pada_orang_lain

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	99,792	1	99,792	,463	,497 ^b
	Residual	37508,185	174	215,564		
	Total	37607,977	175			

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), aspek_kepercayaan_pada_orang_lain

3. Aspek Kompetensi Emosi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	aspek_kompetensi_emosi ^b		. Enter

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,031 ^a	,001	-,005	14,695

a. Predictors: (Constant), aspek_kompetensi_emosi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	35,542	1	35,542	,165	,685 ^b
	Residual	37572,435	174	215,934		
	Total	37607,977	175			

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), aspek_kompetensi_emosi

4. Aspek Keterlibatan Hidup

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	aspek_keterlibatan_hidup ^b		. Enter

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,019 ^a	,000	-,005	14,699

a. Predictors: (Constant), aspek_keterlibatan_hidup

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13,864	1	13,864	,064	,800 ^b
	Residual	37594,113	174	216,058		
	Total	37607,977	175			

a. Dependent Variable: PERILAKU_KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), aspek_keterlibatan_hidup

A. Uji Korelasi Berdasarkan Jenis Kelamin

1. Laki-laki

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKU_KONSUMTIF	62	100,0%	0	0,0%	62	100,0%
SOCIAL_EMOTIONAL_HEA LTH	62	100,0%	0	0,0%	62	100,0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error	
PERILAKU_KONSUMTIF	Mean	62,56	1,662	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	59,24	
		Upper Bound	65,89	
	5% Trimmed Mean	62,06		
	Median	61,00		
	Variance	171,332		
	Std. Deviation	13,089		
	Minimum	35		
	Maximum	101		
	Range	66		
	Interquartile Range	17		
	Skewness	,538	,304	
	Kurtosis	,334	,599	
	SOCIAL_EMOTIONAL_HEA LTH	Mean	133,66	2,533
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	128,60	
		Upper Bound	138,73	
5% Trimmed Mean		133,77		
Median		133,50		
Variance		397,900		
Std. Deviation		19,947		
Minimum		90		
Maximum		174		
Range		84		
Interquartile Range		30		
Skewness		-,023	,304	
Kurtosis		-,600	,599	

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF	,082	62	,200*	,980	62	,406
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL LTH	,067	62	,200*	,987	62	,739

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALT H	Between Groups	9427,625	41	229,942	4,493	,000
	Linearity	1368,408	1	1368,408	26,737	,000
	Deviation from Linearity	8059,217	40	201,480	3,937	,001
Within Groups		1023,617	20	51,181		
Total		10451,242	61			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALT H	-,362	,131	,950	,902

Correlations

		PERILAKU_KONSU MTIF	SOCIAL_EMOTIONAL_H EALTH
Spearman's rho	PERILAKU_KONSUMTIF	1,000	-,384**
	Correlation Coefficient		
	Sig. (1-tailed)		,001
N		62	62
SOCIAL_EMOTIONAL_H EALTH	SOCIAL_EMOTIONAL_H	-,384**	1,000
	Correlation Coefficient		
	Sig. (1-tailed)	,001	
N		62	62

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

2. Perempuan

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKU_KONSUMTIF	114	100,0%	0	0,0%	114	100,0%
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	114	100,0%	0	0,0%	114	100,0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error
PERILAKU_KONSUMTIF	Mean	65,15	1,445
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	62,29
		Upper Bound	68,01
	5% Trimmed Mean	65,10	
	Median	65,00	
	Variance	237,951	
	Std. Deviation	15,426	
	Minimum	31	
	Maximum	102	
	Range	71	
	Interquartile Range	19	
	Skewness	,098	,226
	Kurtosis	-,135	,449
	SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	Mean	135,92
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	132,23
		Upper Bound	139,61
5% Trimmed Mean		136,54	
Median		137,50	
Variance		394,852	
Std. Deviation		19,871	
Minimum		81	
Maximum		174	
Range		93	
Interquartile Range		23	
Skewness		-,375	,226
Kurtosis		,310	,449

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF	,073	114	,196	,986	114	,267
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	,067	114	,200	,977	114	,051

- *. This is a lower bound of the true significance.
a. Lilliefors Significance Correction

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Between Groups	(Combined)	16346,015	59	277,0519	1,419	,097
		Linearity	1311,057	1	1311,057	6,715	,012
		Deviation from Linearity	15034,958	58	259,2238	1,328	,147
	Within Groups		10542,450	54	195,231		
Total		26888,465	113				

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	,221	,049	,780	,608

Correlations

		PERILAKU_KONSUMTIF	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH
PERILAKU_KONSUMTIF	Pearson Correlation	1	,221**
	Sig. (1-tailed)		,009
	N	114	114
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Pearson Correlation	,221**	1
	Sig. (1-tailed)	,009	
	N	114	114

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

B. Uji Korelasi Berdasarkan Uang Saku

1. < Rp 500.000

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKU_KONSUMTIF	48	100,0%	0	0,0%	48	100,0%
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	48	100,0%	0	0,0%	48	100,0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error
PERILAKU_KONSUMTIF	Mean	59,46	1,775
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	55,89
		Upper Bound	63,03
	5% Trimmed Mean	58,92	
	Median	59,50	
	Variance	151,275	
	Std. Deviation	12,299	
	Minimum	32	
	Maximum	92	
	Range	60	
	Interquartile Range	17	
	Skewness	,582	,343
	Kurtosis	,482	,674
	SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	Mean	134,23
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	128,23
		Upper Bound	140,23
5% Trimmed Mean		134,20	
Median		134,50	
Variance		427,031	
Std. Deviation		20,665	
Minimum		90	
Maximum		174	
Range		84	
Interquartile Range		32	
Skewness		,099	,343
Kurtosis		-,752	,674

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF	,090	48	,200*	,965	48	,163
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	,098	48	,200*	,974	48	,372

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Between Groups	6289,083	38	165,502	1,815	,172
	Linearity	3,551	1	3,551	,039	,848
	Deviation from Linearity	6285,533	37	169,879	1,863	,162
	Within Groups	820,833	9	91,204		
Total		7109,917	47			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	,022	,000	,941	,885

Correlations

		PERILAKU_KONSUMTIF	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH
Spearman's rho	PERILAKU_KONSUMTIF	1,000	-,194
	Correlation Coefficient		
	Sig. (1-tailed)	.	,093
	N	48	48
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	-,194	1,000
	Correlation Coefficient		
	Sig. (1-tailed)	,093	.
	N	48	48

2. Rp 500.000 – 1.000.000

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKU_KONSUMTIF	61	100,0%	0	0,0%	61	100,0%
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	61	100,0%	0	0,0%	61	100,0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error
PERILAKU_KONSUMTIF	Mean	65,59	1,793
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	62,00
		Upper Bound	69,18
	5% Trimmed Mean	65,45	
	Median	65,00	
	Variance	196,113	
	Std. Deviation	14,004	
	Minimum	31	
	Maximum	99	
	Range	68	
	Interquartile Range	14	
	Skewness	,234	,306
	Kurtosis	,568	,604
	SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	Mean	132,72
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	127,02
		Upper Bound	138,42
5% Trimmed Mean		133,09	
Median		134,00	
Variance		495,704	
Std. Deviation		22,264	
Minimum		83	
Maximum		173	
Range		90	
Interquartile Range		31	
Skewness		-,273	,306
Kurtosis		-,383	,604

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF	,110	61	,062*	,972	61	,170
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	,095	61	,200*	,979	61	,364

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Between Groups	(Combined)	10268,671	42	244,492	2,938	,008
		Linearity	224,677	1	224,677	2,700	,118
		Deviation from Linearity	10043,994	41	244,975	2,943	,008
	Within Groups		1498,083	18	83,227		
	Total		11766,754	60			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	,138	,019	,934	,873

Correlations

		PERILAKU_KONSUMTIF	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH
Spearman's rho	PERILAKU_KONSUMTIF	1,000	,003
	Correlation Coefficient		
	Sig. (1-tailed)		,491
	N	61	61
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	,003	1,000
	Correlation Coefficient		
	Sig. (1-tailed)	,491	
	N	61	61

3. Rp 1.000.000 – 2.000.000

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKU_KONSUMTIF	37	100,0%	0	0,0%	37	100,0%
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	37	100,0%	0	0,0%	37	100,0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error
PERILAKU_KONSUMTIF	Mean	67,54	2,926
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	61,61
		Upper Bound	73,48
	5% Trimmed Mean	67,58	
	Median	70,00	
	Variance	316,866	
	Std. Deviation	17,801	
	Minimum	31	
	Maximum	102	
	Range	71	
	Interquartile Range	28	
	Skewness	-,094	,388
	Kurtosis	-,513	,759
	SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	Mean	136,86
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	131,04
		Upper Bound	142,69
5% Trimmed Mean		137,55	
Median		139,00	
Variance		305,065	
Std. Deviation		17,466	
Minimum		81	
Maximum		169	
Range		88	
Interquartile Range		23	
Skewness		-,753	,388
Kurtosis		1,691	,759

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF	,100	37	,200*	,982	37	,808
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	,098	37	,200*	,963	37	,258

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Between Groups	(Combined)	10178,023	28	363,501	2,366	,103
		Linearity	84,215	1	84,215	,548	,480
		Deviation from Linearity	10093,808	27	373,845	2,433	,096
	Within Groups		1229,167	8	153,646		
	Total		11407,189	36			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	,086	,007	,945	,892

Correlations

		PERILAKU_KONSUMTIF	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH
Spearman's rho	PERILAKU_KONSUMTIF	1,000	,143
			,200
	N	37	37
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	,143	1,000
		,200	
	N	37	37

4. > Rp 2.000.000**Case Processing Summary**

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
PERILAKU_KONSUMTIF	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	30	100,0%	0	0,0%	30	100,0%

Descriptives

		Statistic	Std. Error
PERILAKU_KONSUMTIF	Mean	65,07	2,558
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	59,84
		Upper Bound	70,30
	5% Trimmed Mean	65,17	
	Median	64,50	
	Variance	196,271	
	Std. Deviation	14,010	
	Minimum	34	
	Maximum	92	
	Range	58	
	Interquartile Range	17	
	Skewness	-,074	,427
	Kurtosis	-,133	,833
	SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	Mean	139,30
95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	133,39
		Upper Bound	145,21
5% Trimmed Mean		139,11	
Median		137,50	
Variance		250,838	
Std. Deviation		15,838	
Minimum		105	
Maximum		174	
Range		69	
Interquartile Range		17	
Skewness		,494	,427
Kurtosis		,309	,833

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF	,080	30	,200	,983	30	,901
SOCIAL_EMOTIONAL_HEAL TH	,125	30	,200	,951	30	,178

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Between (Combined) Groups	5520,200	24	230,008	6,699	,022
	Linearity	559,602	1	559,602	16,299	,010
	Deviation from Linearity	4960,598	23	215,678	6,282	,025
	Within Groups	171,667	5	34,333		
Total		5691,867	29			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
PERILAKU_KONSUMTIF * SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	-,314	,098	,985	,970

Correlations

		PERILAKU_KONSUMTIF	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH
Spearman's rho	PERILAKU_KONSUMTIF	1,000	-,283
	Correlation Coefficient		
	Sig. (1-tailed)		,065
	N	30	30
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	-,283	1,000
	Correlation Coefficient		
	Sig. (1-tailed)	,065	
	N	30	30

C. Uji Beda Antar Jenis Kelamin**Group Statistics**

	Jenis_Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
PERILAKU_KONSUMTIF	Laki-laki	62	62,56	13,089	1,662
	Perempuan	114	65,15	15,426	1,445
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Laki-laki	62	133,66	19,947	2,533
	Perempuan	114	135,92	19,871	1,861

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variance		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
PERILAKU_KONSUMTIF	Equal variances assumed	1,302	,255	-1,118	174	,265	-2,585	2,312	-7,147	1,978
	Equal variances not assumed			-1,174	143,696	,243	-2,585	2,202	-6,938	1,769
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Equal variances assumed	,130	,719	-,720	174	,473	-2,260	3,140	-8,457	3,937
	Equal variances not assumed			-,719	124,962	,474	-2,260	3,143	-8,481	3,962

D. Uji Anova Berdasarkan Uang Saku

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU_KONSUMTIF	Between Groups	1632,251	3	544,084	2,601	,054
	Within Groups	35975,727	172	209,161		
	Total	37607,977	175			
SOCIAL_EMOTIONAL_HEALTH	Between Groups	1025,884	3	341,961	,864	,461
	Within Groups	68069,366	172	395,752		
	Total	69095,250	175			

LAMPIRAN 12
SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Pendidikan Bahasa Inggris (S1),
 Program Studi Hubungan Internasional (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2)

Tanggal : 29 Desember 2017
 Nomor : 1118 / Dek / 70/Div.Um.RT / 2017
 Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data untuk Skripsi

Kepada Yth.
 Dekan Fakultas D4K3
 Universitas Balikpapan

Assalamualaikum Wr. Wb

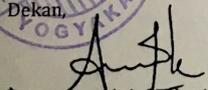
Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

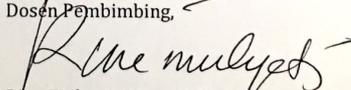
Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama : **RAHMONA HIDAYATI**
 Nomor Mahasiswa : **14320233**
 Judul Skripsi : **HUBUNGAN ANTARA SOCIAL EMOTIONAL HEALTH
 DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI KOTA
 BALIKPAPAN**

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dekan,

 Dr. rer. nat. Arief Fahmie, S.Psi., MA., Psikolog

Dosen Pembimbing,

 Rina Mulyati, S.Psi., M.Si., Psikolog.



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Pendidikan Bahasa Inggris (S1),
 Program Studi Hubungan Internasional (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2)

Tanggal : 22 Desember 2017
 Nomor : 1103/ Dek / 70/Div.Um.RT / 2017
 Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data untuk Skripsi

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi
 Universitas Balikpapan

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama : **RAHMONA HIDAYATI**
 Nomor Mahasiswa : **14320233**
 Judul Skripsi : **HUBUNGAN ANTARA SOCIAL EMOTIONAL HEALTH
 DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI KOTA
 BALIKPAPAN**

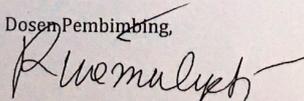
Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dekan,


 Dr. rer. nat. Arief Fahmie, S.Psi., MA., Psikolog

Dosen Pembimbing,


 Rina Mulyati, S.Psi., M.Si., Psikolog.



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Pendidikan Bahasa Inggris (S1),
 Program Studi Hubungan Internasional (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2)

Tanggal : 29 Desember 2017
 Nomor : 1118 / Dek / 70/Div.Um.RT / 12 / 2017
 Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data untuk Skripsi

Kepada Yth.
 Dekan Fakultas Sastra
 Universitas Balikpapan

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

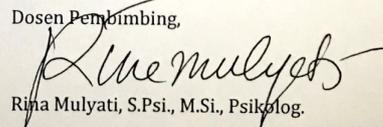
Nama : **RAHMONA HIDAYATI**
 Nomor Mahasiswa : **14320233**
 Judul Skripsi : **HUBUNGAN ANTARA SOCIAL EMOTIONAL HEALTH
 DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI KOTA
 BALIKPAPAN**

Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dekan,

 Dr. rer. nat. Arief Fahmie, S.Psi., MA., Psikolog

Dosen Pembimbing,

 Rina Mulyati, S.Psi., M.Si., Psikolog.



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS PSIKOLOGI DAN ILMU SOSIAL BUDAYA

Program Studi Psikologi (S1), Program Studi Ilmu Komunikasi (S1), Program Pendidikan Bahasa Inggris (S1),
 Program Studi Hubungan Internasional (S1), Program Magister Profesi Psikologi (S2)

Tanggal : 29 Desember 2017
 Nomor : 1118 / Dek / 70/Div.Um.RT / 2017
 Hal : Permohonan Ijin Pengambilan Data untuk Skripsi
 Kepada Yth.
 Dekan Fakultas Hukum
 Universitas Balikpapan

Assalamualaikum Wr. Wb

Dalam rangka mempersiapkan mahasiswa untuk menempuh ujian, bagi setiap mahasiswa diwajibkan membuat skripsi/tugas akhir.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas diperlukan data, baik dari Instansi Pemerintah, Badan Usaha Milik Negara, Perusahaan Swasta dan Lembaga maupun individu. Selanjutnya kami mohon ijin penelitian/pengambilan data mahasiswa Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya Universitas Islam Indonesia tersebut dibawah ini :

Nama : RAHMONA HIDAYATI
 Nomor Mahasiswa : 14320233
 Judul Skripsi : HUBUNGAN ANTARA SOCIAL EMOTIONAL HEALTH
 DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI KOTA
 BALIKPAPAN

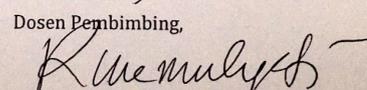
Demikian permohonan kami, atas perhatian dan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i kami ucapkan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Dekan


 Dr. rer. nat. Arief Fahmie, S.Psi., MA., Psikolog

Dosen Pembimbing,


 Rina Mulyati, S.Psi., M.Si., Psikolog.

LAMPIRAN 13
SURAT SELESAI PENELITIAN



**HIMPUNAN MAHASISWA PROGRAM STUDI
DIPLOMA IV KESELAMATAN KESEHATAN KERJA
UNIVERSITAS BALIKPAPAN**

Jl. Pupuk Raya, Kampus Uniba, Balikpapan, Kaltim

□ hmpsd4k3.universitasbalikpapan@gmail.com ☎ 085348903683 📧 @HMPSD4K3



SURAT KETERANGAN
Nomor : 057/SK/HMPSD4-K3/UNIBA/I/2018

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **MARLIANSYAH GADING**
Jabatan : Ketua HMPS D4-K3 Universitas Balikpapan

Dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : **RAHMONA HIDAYATI**
Nomor Mahasiswa : 14320233
Universitas : Universitas Islam Indonesia

Telah melaksanakan penelitian dari tanggal 09 Januari 2018 sd. 10 Januari 2018 pada mahasiswa K3 Universitas Balikpapan dengan judul penelitian "**Hubungan Antara Social Emotional Health Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Kota Balikpapan**"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Balikpapan, 12 Januari 2018

Ketua HMPS D4-K3,
Universitas Balikpapan

Marliansyah Gading
NPM.14.11.106.701501.1308



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BALIKPAPAN**

Kampus : Jalan Pupuk Raya Telepon/Faksimile (0542) 765434 / 765442 Balikpapan Kode Pos 76114
Web : www.fekon.uniba-bpn.ac.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : SKET/02/FE-UNIBA/I/2018

Yang bertanda tangan di bawah ini :

1. N a m a : **Dr. Dra. Hj. Misna Ariani, M.M.**
2. N I K : 087 004 122
3. Jabatan : Dekan Fakultas Ekonomi

Dengan ini menerangkan :

1. N a m a : **Rahmona Hidayati**
2. Tempat/Tgl. Lahir : Balikpapan, 24 Maret 1996
3. N P M : 14320233
4. Fakultas : Psikologi (Universitas Islam Indonesia)
5. Alamat : JL. Borobudur No. 02 RT. 38 Muara Rapak Balikpapan
6. Judul Penelitian : Hubungan Antara Social Emotional Health dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Kota Balikpapan.

Adalah benar mahasiswa tersebut melakukan penelitian di Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan terhitung mulai Tanggal 6-10 Januari 2018 guna penyelesaian tugas akhir skripsi.

Demikian surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Balikpapan, 31 Januari 2018
Dekan


Dr. Dra. Hj. Misna Ariani, M.M.
NIK. 087 004 122



FAKULTAS SASTRA UNIVERSITAS BALIKPAPAN

Nomor : 15/FS-UNIBA/II/2018
 Lampiran : -
 Perihal : Balasan Permohonan Ijin Telah Selesai Pengambilan Data Untuk Skripsi

Kepada Yth. : Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
 Di -

Tempat

Dengan hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dekan Fakultas Sastra Universitas Balikpapan menerangkan bahwa :

Nama : Rahmona Hidayati
NIM : 14320233
Jurusan/Fakultas : Psikologi/Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Perguruan Tinggi : Universitas Islam Indonesia
Judul Skripsi : Hubungan Antara *Social Emotional Health* Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Kota Balikpapan

Telah melaksanakan penelitian pada tanggal 10 Januari 2018 di Fakultas Sastra Universitas Balikpapan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Balikpapan, 2 Februari 2018

Dekan

 Jepri, S.S., M.Pd.
 NIK. 008 002 001



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS BALIKPAPAN**

Jalan Pupuk Raya, Telepon/Faksimile (0542) 765437, Balikpapan Selatan 76114
Laman: www.law-uniba.ac.id

Nomor : A/10/FH-UNIBA/I/2018
Lampiran : -
Hal : Surat Keterangan Selesai Penelitian

Yth. Dekan Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia (UII)
Yogyakarta

Dengan hormat,

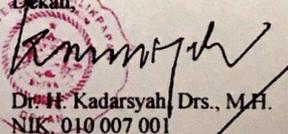
Bersama ini kami menerangkan dengan sebenarnya bahwa :

Nama : **RAHMONA HIDAYATI**
Nomor Mahasiswa : 14320233
Fakultas : Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas : Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Telah melaksanakan penelitian dari tanggal 08 Januari 2018 s/d 09 Januari 2018 pada Universitas Balikpapan dengan judul penelitian “ **Hubungan Antara Social Emotional Health Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Kota Balikpapan** ”.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Balikpapan, 26 Januari 2018

Dekan

Dr. H. Kadarsyah, Drs., M.H.
NIK. 010 007 001