

Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Syarifaniaty Miranda Agustina, M.Psi., Psikolog

Jabatan : Dosen

Program Studi : Psikologi

NIP : 221002367

Telah melakukan penelaahan karya ilmiah berjudul:

Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pekerja

Dan menyatakan bahwa karya ilmiah tersebut sudah memenuhi kaidah penulisan ilmiah dan oleh karenanya layak diajukan untuk keperluan unggah karya ilmiah di Universitas Paramadina, atas nama:

Nama Lengkap : Vinny Rizki Pratiwi

Jenjang : **S1** / S2 *

Program Studi : Psikologi

NIM : 118107014

Demikian hasil penelaahan atas karya ilmiah ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Penelaah,

Jakarta, 8 September 2022



Syarifaniaty Miranda Agustina, M.Psi., Psikolog

NIP: 221002367

Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Syarifaniaty Miranda Agustina, M.Psi., Psikolog

Jabatan : Dosen

Program Studi : Psikologi

NIP : 221002367

Telah melakukan penelaahan karya ilmiah berjudul:

Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pekerja

Dan menyatakan bahwa karya ilmiah tersebut sudah memenuhi kaidah penulisan ilmiah dan oleh karenanya layak diajukan untuk keperluan unggah karya ilmiah di Universitas Paramadina, atas nama:

Nama Lengkap : Morteza Muthahhari Al Isfhahani

Jenjang : **S1** / S2 *

Program Studi : Psikologi

NIM : 118107037

Demikian hasil penelaahan atas karya ilmiah ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Penelaah,

Jakarta, 8 September 2022



Syarifaniaty Miranda Agustina, M.Psi., Psikolog

NIP: 221002367

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap Morteza Muthahhari Al Isfhahani
Jenjang S1 / S2 *
Program Studi Psikologi
NIM 118107037
Alamat Jl. Masjid Abidin 60B, Pondok Bambu, Duren Sawit

* coret yang tidak perlu

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang saya ajukan yaitu:

Dengan naskah karya ilmiah berjudul: Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif
Pada Pekerja.

adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat pelanggaran kaidah-kaidah akademik pada karya ilmiah saya, maka saya bersedia menanggung sanksi-sanksi yang dijatuhkan karena kesalahan tersebut, sebagaimana diatur oleh Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jakarta, 10 Juli 2022

Yang membuat Pernyataan,



Morteza Muthahhari Al Isfhahani
118107037



Nama Formulir:
**Surat Pernyataan
Validasi**

No.	FR-002/PR-003/KB-02-01/MMP/UPM/2020
Issue/Revisi	1
Tgl Berlaku	15 Juli 2020
Halaman	1

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	Vinny Rizki Pratiwi
Jenjang	S1 / S2 *
Program Studi	Psikologi
NIM	118107014
Alamat	Jln Raya Jatimekar RT 01 RW 17 No 71

* coret yang tidak perlu

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah yang saya ajukan yaitu:

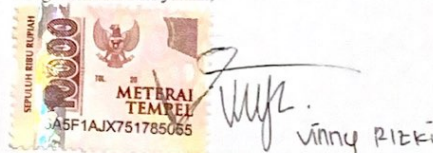
Dengan naskah karya ilmiah berjudul: Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Pekerja.

adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat pelanggaran kaidah-kaidah akademik pada karya ilmiah saya, maka saya bersedia menanggung sanksi- sanksi yang diatuhkan karena kesalahan tersebut. sebagaimana diatur oleh Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 17 Tahun 2010 tentang Pencegahan dan Penanggulangan Plagiat di Perguruan Tinggi.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Jakarta, 07 Juli 2022

Yang membuat Pernyataan,



Nama Lengkap: Vinny Rizki Pratiwi
NIM: 118107014

HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA PEKERJA

Morteza Muthahhari Al Isfhahani

morteza.isfhahani@students.paramadina.ac.id

Mahasiswa Program Studi Psikologi, Universitas Paramadina

Vinny Rizki Pratiwi

vinny.pratiwi@students.paramadina.ac.id

Mahasiswa Program Studi Psikologi, Universitas Paramadina

Abstrak: Kepercayaan diri adalah keyakinan dalam diri seseorang untuk mampu berperilaku yang sesuai dengan harapan serta keinginannya. perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi dari pada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada pekerja dan untuk menguji hipotesis dari peneliti yaitu “Adanya hubungan yang signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada pekerja”. Pengambilan data dengan menggunakan alat ukur berupa skala kepercayaan diri dan perilaku konsumtif. Data terkumpul sebanyak 100 pekerja dengan usia dan jabatan yang bervariasi dan dianalisis dengan uji korelasi *pearson product moment*. Ditemukan bahwa tidak ada hubungan yang signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada pekerja.

Kata kunci: kepercayaan diri, perilaku konsumtif, dan pekerja.

Abstract: Confidence is the faith in a person to be able to behave accordingly to his/her expectations and desires. Consumptive behavior is the tendency of human beings to consume unlimitedly, not infrequently human beings are more concerned with emotional factors than rational factors or more concerned with desire than necessity. This study aims to find out the connection between confidence and consumptive behavior in workers and to test the hypothesis from a researcher titled "There is a significant relationship

between confidence and consumptive behavior in workers". Data retrieval using the measurement instruments in the form of confidence scale and consumptive behavior. The data collected as many as 100 workers with varying ages, positions and analyzed Pearson product moment correlation tests. It found that there was no significant link between confidence and consumptive behavior in workers.

Keywords: self-confidence, consumptive behavior, and workers.

PENDAHULUAN

Pada dasarnya setiap manusia memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda dalam kehidupannya.

Dengan berkembangnya zaman dan perubahan teknologi yang serba mudah dan canggih saat ini, membuat manusia dipaksa secara tidak langsung untuk bekerja memiliki penghasilan yang cukup dengan tujuan memenuhi kebutuhan yang harus dipenuhinya. Zaman modern seperti ini adalah menjadi salah satu alasan mengapa orang-orang banyak melakukan perilaku konsumtif baik dari pelajar maupun orang yang bekerja. Hal ini dikarenakan zaman yang sudah mulai berkembang mulai dari 2 faktor yaitu fashion seperti tentang pakaian dan hiasan, kemudian gadget yaitu alat elektronik yang dimana hal ini membuat masyarakat ingin terlihat tidak ketinggalan perkembangan zaman sehingga orang-orang mulai membeli sesuatu dengan tujuan mengikuti trend yang ada. Tanpa disadari hal ini bisa membuat atau menimbulkan perilaku konsumtif pada individu, misal saja pada orang yang sudah bekerja (pekerja) sebagai contoh banyak ditemukan pekerja/pegawai di sebuah perusahaan kerap sering

menghabiskan gaji mereka untuk membeli barang-barang yang trend di kalangan banyak orang. Bagi beberapa orang lainnya membeli barang-barang trend ini tidak lain untuk menjaga simbol status mereka, Sehingga bentuk dari perilaku konsumtif pada para pekerja bukan hanya sekedar membeli barang-barang yang sedang trend tetapi bisa juga berbentuk seperti seringnya berkumpul di cafe atau bar dengan alasan untuk melepas rasa penat yang mereka dapat selama jam kerja (Windratie, 2016).

Berdasarkan pemaparan sebelumnya, selain perilaku konsumtif dikarenakan mengikuti trend agar tidak ketinggalan perkembangan zaman serta untuk menjaga statusnya. Kata “konsumtif” sering diartikan sama dengan “konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Tambunan, 2003). Menurut Ancok (1995), perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi dari pada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Manusia tidak lagi membeli barang hanya semata-mata untuk membeli

dan mencoba produk, walau sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan produk tersebut.

Berdasarkan penelitian sebelumnya, kami menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor Psikologis dan faktor lingkungan. Faktor psikologis terdiri dari kepercayaan diri, harga diri, konformitas, citra tubuh dan kontrol diri. dan faktor lingkungan seperti gaya hidup (Murbani, 2010; Susanti, 2016). Berdasarkan pemaparan diatas, masalah kepercayaan diri masih menimbulkan pertanyaan yang dikarenakan adanya perbedaan hasil antara satu penelitian dengan penelitian lainnya. Selain itu, responden yang digunakan dalam cakupan sempit atau satu regional mahasiswa fakultas. Sehingga, peneliti tertarik untuk meneliti Perilaku konsumtif dikarenakan penelitian sebelumnya berjudul “Hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang” menyimpulkan bahwa tidak adanya hubungan antara tingkat kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

(Susanti, 2016). Namun pada penelitian lain dengan judul “Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja” menyimpulkan bahwa semakin tinggi kepercayaan diri seseorang maka perilaku konsumtifnya akan merendah (Murbani, 2010). Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Jadi, penelitian diatas terdapat perbedaan hasil antara satu penelitian dengan penelitian lain dengan variabel penelitian yang sama. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melanjutkan penelitian tentang perilaku konsumtif dengan menggunakan sampel yang lebih luas dan mencoba menerapkan pada pekerja dikarenakan sudah banyaknya penelitian yang menggunakan mahasiswa atau remaja sebagai responden. Selanjutnya, variabel perilaku konsumtif memiliki banyak faktor penyebab sesuai yang sudah dipaparkan sebelumnya. Namun dari banyaknya faktor tersebut, peneliti memilih satu variabel yaitu Kepercayaan diri dikarenakan tinggi rendahnya kepercayaan diri seseorang akan berpengaruh untuk berperilaku konsumtif.

Secara keseluruhan, kepercayaan diri adalah keyakinan dalam diri seseorang untuk mampu berperilaku yang sesuai dengan harapan serta keinginannya. Selain itu, menurut Lauster (2002) mengatakan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan atas kemampuan diri sendiri agar

dalam tindakan tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginannya dan bertanggung jawab atas perbuatannya tersebut, berperilaku baik dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki motivasi untuk berprestasi serta dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dirinya sendiri. Kepercayaan diri dapat dikatakan sebagai keyakinan seseorang terhadap gejala aspek kelebihan yang dimiliki oleh individu tersebut dan keyakinan itu dapat membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai di berbagai tujuan hidupnya (Thursan, 2002).

Kepercayaan diri dari individu akan mempengaruhi dalam kehidupannya berbentuk perilaku konsumtif karena seseorang yang kurang percaya diri cenderung akan tertutup kepada orang lain disebabkan adanya rasa kurang percaya diri terhadap kemampuan/penampilan dirinya. Dengan rendahnya kepercayaan diri seseorang, sehingga ia menutupi dengan melakukan perilaku konsumtif dengan membeli suatu barang yang bukan merupakan kebutuhan agar dapat dilihat dan dianggap oleh orang lain. Kepercayaan diri seseorang yang

tinggi cenderung akan terbuka dengan kemampuan/penampilan yang ia miliki dengan apa adanya (Meadow dalam Kusuma, 2005).

Berdasarkan pemaparan di atas, Peneliti menentukan respondennya adalah pekerja karena mengacu pada penelitian sebelumnya di tabel literature review adalah mayoritas menggunakan responden mahasiswa dan remaja. Sehingga peneliti ingin melihat dari perspektif lain yaitu pekerja. Selanjutnya, peneliti menyimpulkan bahwa Hubungan Kepercayaan diri dengan Perilaku Konsumtif pada pekerja bertujuan untuk mengetahui seberapa berpengaruh kedua variabel tersebut pada pekerja. Secara perkembangan, cenderung usia pekerja akan membuat pola pikir yang lebih matang terhadap pembelian suatu barang.

Kepercayaan Diri

Lauster (2002:4) mengatakan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan atas kemampuan diri sendiri agar dalam Tindakan tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginannya dan bertanggung jawab atas perbuatannya tersebut, berperilaku baik dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki motivasi untuk berprestasi serta dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dirinya sendiri. Thursan (2002:6) mengatakan bahwa kepercayaan diri dapat dikatakan sebagai

keyakinan seseorang terhadap gejala aspek kelebihan yang dimiliki oleh individu tersebut dan keyakinan itu dapat membuatnya merasa mampu untuk bisa mencapai di berbagai tujuan hidupnya. Dalam artian kepercayaan diri adalah keyakinan dalam diri seseorang untuk mampu berperilaku yang sesuai dengan harapan serta keinginannya.

Menurut Lauster (1990) terdapat 7 aspek kepercayaan diri antara lain: (1) Optimis: Seseorang yang optimis akan memiliki pandangan positif dalam menghadapi segala sesuatu (rintangan/tantangan) yang dihadapinya dan bersifat terbuka. (2) Mandiri: Seseorang yang mandiri berarti ia dapat melakukan sendiri dan tidak mudah bergantung kepada orang lain. (3) Memiliki ambisi yang tidak berlebihan: Seseorang yang memiliki ambisi yang tidak berlebihan berarti termotivasi untuk mencapai sesuatu dengan dibarengi pertimbangan pertimbangan lain yang bijaksana. (4) Tidak mementingkan diri sendiri: seseorang tersebut tidak selalu melihat dari pandangannya sendiri, namun melihat dan mempedulikan orang lain. (5) Toleran: Seseorang yang toleran berarti bersifat menghargai/menghormati terhadap pendapat/pandangan orang lain yang berbeda/bertentangan sekalipun

dengan pendapatnya. (6) Tidak berlebihan dan tidak melakukan kompensasi dari keterbatasannya: Seseorang yang mampu menunjukkan dirinya sewajarnya dan tanpa ada rasa malu beserta tidak menutup-nutupi kekurangannya yang dimiliki dengan cara menarik perhatian orang lain. (7) Berhati hati dengan tidak berlebihan: Seseorang yang mampu memperoleh informasi secara objektif sehingga akan lebih bersikap hati hati dalam menentukan keputusan.

Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu sifat yang mengacu pada pemakaian barang - barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal pada individu (Tambunan, 2003). Sedangkan menurut Ancok (1995), perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas. Dalam artian manusia seringkali lebih mementingkan faktor emosi dari pada rasionalnya atau bisa dibilang lebih mementingkan kebutuhan daripada kebutuhan, dan sudah menjadi kebiasaan bagi individu pada zaman sekarang membeli barang hanya sekedar untuk mencoba dari produk tersebut yang padahal produk tersebut tidak terlalu dibutuhkan pada individu tersebut.

Menurut Tambunan (2001) terdapat 4 aspek perilaku konsumtif yaitu: (1) Impulsif: membeli karena didasari oleh Hasrat yang tiba-tiba muncul atau keinginan sesaat dari

individu dan biasanya dilakukan tanpa adanya pertimbangan dan bersifat memenuhi keinginan tersebut dan emosional. (2) Pemborosan: perilaku menghamburkan uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas. (3) Mencari kesenangan (*Pleasure seeking*): melakukan pembelian dengan dasar ingin eksis dalam kelompoknya atau terhadap orang lain. (4) Mencari kepuasan (*Satisfaction seeking*): membeli didasari agar bisa lebih dari orang lain dan berusaha untuk diakui oleh orang lain serta bersifat saling bersaing antara sesama.

Hipotesis

Dalam penelitian ini terdapat 2 hipotesis yaitu:

- a. H_0 = tidak terdapat pengaruh antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada pekerja.
- b. H_a = Terdapat pengaruh antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada pekerja.

METODE PENELITIAN

Karakteristik dan Jumlah Subjek

Subjek penelitian ini adalah pekerja yang terdiri dari pekerja tetap, pekerja tidak tetap, magang. Secara rinci,

Berdasarkan jenis kelamin, frekuensi jenis kelamin laki – laki adalah sebanyak 46 pekerja dengan persentase sebesar 46%, sedangkan perempuan memiliki jumlah frekuensi sebanyak 54 pekerja dengan jumlah persentase sebesar 54%. Berdasarkan usia, frekuensi kelompok usia yang paling tinggi adalah kelompok usia 23 tahun dengan persentase sebanyak 12%. Sedangkan frekuensi kelompok usia yang paling rendah adalah kelompok usia 15, 32, 34, 37, 40, 42, 45, 46, 50, 51, 54, 57 dan 58 tahun dengan masing masing persentase sebanyak 1%. Berdasarkan jabatan, frekuensi yang paling tinggi adalah kelompok dengan jabatan staff dengan persentase sebanyak 36%. Sedangkan persentase kelompok dengan jabatan yang paling rendah adalah kelompok dengan jabatan Product Manager, Sekretaris, Social Media Intern, IRT, Security, Barista, Jurnalis, Danru, Capster, Business Policy Officer, Business Intelligence Analyst, Photographer, Lead Consultant, Accounting, Kepala Bagian Administratif, Copywriter, Talent & System Officer, Relationship Officer, Account Executive, Advisor, Manajer, Exim, Wartawan, Head Of BTL Marketing, dan Ordinary Seaman dengan masing masing persentase sebanyak 1%. Jadi, jumlah subjek dalam penelitian ini berjumlah 100 pekerja dengan latar belakang jenis kelamin, usia dan jabatan yang bervariasi.

Alat Ukur Penelitian

Pengambilan data dengan menggunakan

alat ukur berupa skala yaitu skala kepercayaan diri dan perilaku konsumtif. Kedua alat ukur berupa item-item yang terdiri dari 4 jawaban yaitu STS (sangat tidak setuju), TS (tidak setuju), S (setuju) dan SS (sangat setuju). Item yang favourable memiliki skor yang dimulai dari 4-1; sedangkan item yang unfavourable memiliki skor yang dimulai dari 1-4. Adapun reliabilitas, mean dan standar deviasi alat ukur kepercayaan diri ($\alpha = 0,759$, $M = 51,59$, $SD = 4,224$) dan perilaku konsumtif ($\alpha = 0,838$, $M = 31,87$, $SD = 6,947$). Setelah itu alat ukur digunakan untuk mengambil data.

Desain dan Setting Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian korelasional, yaitu penelitian dengan menggunakan karakteristik yang berupa hubungan antara dua variabel atau lebih (Supratiknya, 1998). Oleh karena itu, desain penelitian ini hendak melakukan uji korelasi antar 2 variabel tersebut.

Analisis data

Penelitian ini bersifat korelasional, maka menggunakan analisis data uji korelasional pearson product moment. Sebelum melakukan analisis data, perlu dilakukan uji asumsi yang dimana

merupakan prasyarat yang terdiri dari uji asumsi linieritas dan normalitas (tabel 1 dan tabel 2), maka data diuji secara korelasional.

Tabel 1. Hasil uji linieritas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kepercayaan diri (X) dengan Perilaku Konsumtif (Y)	0,091	Linier

Tabel 2. Hasil uji normalitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Kepercayaan diri (X) dengan Perilaku Konsumtif (Y)	0,069	Normal

Tabel 3. Korelasi

Correlations			
		Keper cayaan Diri	Perilak uKonsu mtif
Keperc ayaanD iri	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d)	1	-.216*
	N	100	100
Perilak uKonsu mtif	Pear son Corr elati on Sig. (2- taile d)	-.216*	1
	N	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan uji analisis korelasi dengan menggunakan bantuan program Software SPSS for windows 26. Diketahui bahwa variabel kepercayaan diri dan perilaku konsumtif mempunyai korelasi positif yang signifikan ($Sig = 0,091 > 0,05$). Selanjutnya, sebaran data dengan melihat tabel diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kepercayaan diri dan perilaku konsumtif mempunyai sebaran data yang normal ($Sig = 0,069 > 0,05$). Berdasarkan tabel hasil analisis pearson product moment diketahui bahwa terdapat korelasi negatif yang signifikan antara kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif, $r_{xy} = -0,216$, $p > 0,05$. Jadi, karena hasil uji korelasi pearson menghasilkan nilai $r_{xy} = -0,216$ dengan signifikansi sebesar 0,031 atau $p > 0,05$ maka hipotesis ditolak (H_a ditolak dan H_o diterima) dan tidak signifikan, semakin tinggi variabel X maka semakin rendah variabel Y, begitu juga sebaliknya semakin rendah variabel X maka semakin tinggi variabel Y artinya tidak ada hubungan antara tingkat kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada pekerja, karena nilai $r_{xy} = -0,216$.

Pembahasan

Dalam pembahasan ini akan dikemukakan mengenai hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada pekerja. Dari hasil analisis ditemukan korelasi negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan

perilaku konsumtif ($r = -0,216$, $p = 0,031 > 0,05$). Kepercayaan diri adalah sikap positif seorang individu yang memampukan dirinya untuk mengembangkan penilaian positif terhadap diri sendiri dan terhadap lingkungan atau situasi yang dihadapinya. Menurut Lauster (2002:4) mengatakan bahwa kepercayaan diri merupakan keyakinan atas kemampuan diri sendiri agar dalam tindakan tidak terlalu cemas, merasa bebas untuk melakukan sesuatu yang sesuai dengan keinginannya dan bertanggung jawab atas perbuatannya tersebut, berperilaku baik dalam berinteraksi dengan orang lain, memiliki motivasi untuk berprestasi serta dapat mengetahui kelebihan dan kekurangan dirinya sendiri. Kepercayaan diri adalah sebuah kondisi dimana individu merasa optimis dalam memandang dan menghadapi sesuatu dalam hidupnya. Dapat membuat semacam kesimpulan bahwa percaya diri adalah kondisi mental atau psikologis seseorang, dimana individu dapat mengevaluasi keseluruhan dari dirinya sehingga memberi keyakinan kuat pada kemampuan dirinya untuk melakukan tindakan dalam mencapai berbagai tujuan di dalam hidupnya. Menurut Ancok (1995), perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak

jarang manusia lebih mementingkan faktor emosi dari pada faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditujukan untuk konsumsi atau membeli secara berlebihan terhadap barang atau jasa, tidak rasional, secara ekonomis menimbulkan pemborosan, lebih mengutamakan kesenangan daripada kebutuhan dan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman.

Kelemahan dalam penelitian

Penelitian ini mempunyai kelemahan diantaranya bahwa kurang memperhatikan aspek lain dalam pemilihan subjek, karena peneliti hanya menuliskan kriteria berupa pekerja tetap/pekerja tidak tetap/magang. Karena tidak memperhatikan aspek lain, maka terdapat perbedaan tinggi rendahnya kepercayaan diri serta perilaku konsumtif yang berbeda.

Penutup

Kesimpulan

Hipotesis yang kami ajukan adalah adanya hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada pekerja. Namun setelah di analisis menggunakan SPSS dengan korelasi product moment yang berarti bahwa hipotesis ditolak yang artinya tidak ada hubungan antara kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada pekerja yang dikarenakan nilai korelasi negatif dan nilai signifikan $> 0,05$.

Saran saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka secara praktis disarankan agar para pembaca khususnya untuk para pekerja agar bisa menambah wawasan mengenai hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada para pekerja. Selain itu, dalam konteks penelitian disarankan agar peneliti selanjutnya mengambil data penelitian dengan memperhatikan aspek aspek lain seperti batasan usia, jabatan ataupun pendidikan. Selanjutnya, penelitian selanjutnya juga bisa mencari faktor lain dari pengaruh perilaku konsumtif. Karena penelitian sebelumnya sudah banyak yang menggunakan variabel kepercayaan diri dan perilaku konsumtif dalam konteks remaja atau mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ancok, D. (1995). *Nuansa psikologi pembangunan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Murbani, B. (2010). Hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. 1–189.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gadjah Mada Journal Of Psychology*, 131-140.
- Azizah, P. N., & Listiara, A. (2017). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tas Melalui Online Shop Pada Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Fisip) Dan Fakultas Ilmu Budaya (Fib) Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 332-337.
- Murbani, B. (2010). Hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja. 1–189.
- Susanti, E. Y. (2016). Hubungan Kepercayaan Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Angkatan 2013 UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. In Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Pada Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 5-11.
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran Konformitas sebagai Mediator Hubungan Harga Diri dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *MEDIAPSI*, 48-59.
- Jasmadi, & Azzama, A. (2016). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikoislamedia*, 325-334.
- Nurachma, Y. A., & Arief, S. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan Financial Literacy terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Kesatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. *Economic Education Analysis Journal*, 489-500.

- Rahmani, P. I. (2019). Pengaruh Perilaku Konsumtif Dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik (Studi Pada Wanita Bekerja Di Wilayah Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 508-515.
- Rahmi, R., & Rachmatan, R. (2016). Hubungan Antara Citra Tubuh Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Psikogenesis*, 182-191.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2018). Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 189-195.
- Windratie. (2016, January 23). Kenapa Orang Indonesia Doyan Nongkrong di Bar? Gaya Hidup; [cnnindonesia.com.
<https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160123153952-277-106184/kenapa-orang-indonesia-doyan-nongkrong-di-bar#:~:text=%E2%80%9CMasyarakat%20Indonesia%20nongkrong%20Dnongkrong%20di,%2C%20menca%20ri%20teman%20dan%20jaringan.%E2%80%9D&text=Meski%20demikian%2C%20Warouw%20mengungkap%2C%20dalam,bar%20telah%20mengalami%20revolusi%20fungsi>](https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20160123153952-277-106184/kenapa-orang-indonesia-doyan-nongkrong-di-bar#:~:text=%E2%80%9CMasyarakat%20Indonesia%20nongkrong%20Dnongkrong%20di,%2C%20menca%20ri%20teman%20dan%20jaringan.%E2%80%9D&text=Meski%20demikian%2C%20Warouw%20mengungkap%2C%20dalam,bar%20telah%20mengalami%20revolusi%20fungsi.)