Hubungan Antara *Psychologycal Meaning of Money* Dan Konformitas Kelompok Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui *E-Commerce* Shopee Pada Mahasiswa Psikologi Angkatan 2017-2019 UNISSULA

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh derajat Sarjana Psikologi

Disusun Oleh :

Filiana Ayu Sintiya

(30701700039)

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG

SEMARANG

2021

PERSETUJUAN PEMBIMBING

HUBUNGAN ANTARA PSYCHOLOGICAL MEANING OF MONEY DAN KONFORMITAS KELOMPOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA ANGKATAN 2017-2019 UNISSULA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Filiana Ayu Sintiya
30701700039

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan penguji guna memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing	Tanggal
Agustin Handayani, S.Psi, M.Si	06 Desember 2021

Semarang, 06 Desember 2021

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung

Ruseno Arjanggi, S.Psi., M.A.
NIK. 210700010

HALAMAN PENGESAHAN

HUBUNGAN ANTARA PSYCHOLOGICAL MEANING OF MONEY DAN KONFORMITAS KELOMPOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI E-COMMERCE SHOPEE PADA MAHASISWA PSIKOLOGI ANGKATAN 2017-2019 UNISSULA

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Filiana Ayu Sintiya
Nim: 30701700039

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 15 Desember 2021

Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Titin Suprihatin, S.Psi, M.Psi, Psikolog	……
2. Anisa Fitriani, S.Psi, M.Psi, Psikolog	……
3. Agustin Handayani, S.Psi, M.Si	……

Skripsi ini telah diterima sebagai persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 30 Desember 2021

Mengetahui
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung

Rusen[illegible], S.Psi, M.A., Psikolog
NIK. 210700010

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya Filiana Ayu Sintiya dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat sarjana disuatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
3. Jika terdapat hal-hal tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 22 Desember 2021

Yang Menyatakan

Filiana Ayu Sintiya

MOTTO

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan"

(QS. Al Insyirah: 5)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(QS. Al Baqarah: 286)

"Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu"

(QS. Al-Qashash: 77)

"Self love isn't selfish, it's important"

(Unknown Source)

"Untuk menjadi orang yang lebih baik harus dimulai dari menghargai diri sendiri, menjaga diri sendiri dan meluangkan sedikit waktu untuk menemukan kebahagiaan kecil dalam hidup kita sendiri"

(Chenle)

PERSEMBAHAN

Bismillahhirrahmanirrahim

Ku persembahkan karya ini kepada:

Bapak dan Ibuku tersayang yang senantiasa mendoakan, memberikan dukungan, kasih sayang dan perhatian serta nasehat untuk anak bungsunya. Bapak dan Ibu adalah pelindung sekaligus kekuatanku untuk melangkah maju memperjuangkan masa depan. Ku persembahkan karya ini sebagai rasa hormat dan terimakasihku untuk seluruh kasih sayang Bapak dan Ibu kepadaku.

Dosen pembimbing skripsi, Ibu Agustin Handayani, S.Psi., M.Si, yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi dan ilmu yang sangat bermanfaat serta memberikan dukungan dalam menyelesaikan karya ini.

Semua pihak yang membantu kelancaran penelitian ini

Almamaterku Universitas Islam Sultan Agung Semarang, khususnya Fakultas Psikologi yang memberikan banyak ilmu, pengalaman serta kenangan selama ini.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang senantiasa memberikan berkat, rahmat, dan hidayah sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan segala kemudahan dan kelancaran. Sholawat serta salam selalu saya panjatkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita senantiasa mendapatkan syafaat dari baginda Rasul.

Penulis menyadari masih banyak kelemahan dalam penelitian yang sudah dilakukan, rintangan serta kesulitan datang silih berganti. Namun, berkat ridho Allah SWT, segala hamatan mampu terselesaikan. Tidak lupa penulis ucapkan terimakasih kepada semua pihak terkait yang senantiasa memberikan bantuan dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis dengan segala rasa hormat dan kerendahan hati ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Ruseno Arjanggi, S.Psi, MA selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan kemudahan dalam proses akademik maupun penelitian.
2. Ibu Agustin Handayani, S.Psi.,M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah bersedia membimbing dengan penuh kesabaran, memberikan pengetahuan yang baru, memberikan motivasi dan dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Ibu Anisa Fitriani, S.Psi, M.Psi selaku wali dosen di Fakultas Psikologi yang memberikan nasihat, arahan, informasi, dan bimbingan selama proses perkuliahan di Fakultas Psikologi.
4. Seluruh subjek penelitian yang merupakan mahasiswa dan mahasiswi Angkatan 2017-2019 Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah bersedia membantu pengisian skala penelitian.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, terimakasih atas segala bantuan dan bimbingan selama proses perkuliahan berlangsung.

6. Bapak dan Ibu staff TU serta perpustakaan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, terimakasih atas kerja sama dan fasilitas saat masa perkuliahan.
7. Semua peneliti sebelumnya yang telah memberikan sumbangsih teori dan hasil penelitian sebagai bentuk dukungan terhadap penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Orang tuaku tersayang, Bapak dan Ibu yang selalu memberikan doa terbaik, dukungan, nasehat, perhatian dan kasih sayang. Terimakasih telah menjadi malaikat pelindung untuk anak bungsu yang banyak menghadapi kebingungan dalam hidup.
9. Keluarga Besar Mbah H. Sardilam dan keluarga Bani Ramelan, khususnya kedua kakakku yang selalu memberikan dukungan dan kasih sayang dalam kondisi apapun.
10. Sahabat-sahabatku, Fanda Virginia, Robi Atun, Efritantia Elsa, Kris Dianti, Fatimah Celin, Dita Ratna, Dyah Pratiwi, Wahyuningsih, Nana, Bela, dan Indah. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, selalu ada dalam segala suka maupun duka, selalu memberikan dukungan serta membantu dalam segala hal.
11. Teman-teman baikku, Mia Kurnia, Rizkia, Ria Ayu, Anis Charisa, Mita Meylina, Dhita Ayu, Gandhes Putri, Keyvi, Andin, Dini, Dian Naeli, Gerrina, dan Farida dan teman-teman kelas A angkatan 2017 yang belum bisa saya sebutkan satu persatu. Terima kasih sudah membantu dan mendukung kelancaran skripsi ini.
12. Teman-teman angakatan 2017 Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang sudah memberikan warna dan kenangan luar biasa selama masa perkuliahan berlangsung.
13. Semua pihak yang sudah membantu kelancaran skripsi ini, terima kasih sudah memberikan dukungan dan bantuan sehingga penulis mampu menyelesaikan syarat memperoleh gelar sarjana (S1).

14. *Last but not least, I wanna thank me, for believing in me, for doing all this hard work, for heaving no days off, for never quitting, for just being me at all times.*

Skripsi ini sudah diselesaikan dengan sungguh-sungguh meskipun masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan, kritik, dan saran dari berbagai pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. Penulis berharap karya sederhana ini mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu Psikologi kedepannya.

Semarang, 22 Desember 2021

Penulis

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PEMBIMBING ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
PERNYATAAN iv
MOTTO v
PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI x
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR GAMBAR xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
ABSTRAK xvi
ABSTRACT xvii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
- **A. Latar Belakang Masalah** 1
- **B. Perumusan Masalah** 6
- **C. Tujuan** 6
- **D. Manfaat** 6

BAB II 8
LANDASAN TEORI 8
- **A. Perilaku Konsumtif** 8
  - **1. Pengertian Perilaku Konsumtif** 8
  - **2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif** 9
  - **3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif** 13
- **B. *Psychological Meaning Of Money*** 14
  - **1. Pengertian *Psychologyal Meaning Of Money*** 14
  - **2. Dimensi *Psychological Meaning of Money*** 15
- **C. Konformitas Kelompok** 17
  - **1. Pengertian Konformitas Kelompok** 17

2. **Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konformitas Kelompok** 18
3. **Aspek-Aspek Konformitas Kelompok** 20
D. **Hubungan Antara *Psychologycal Meaning Of Money* Dan Konformitas Kelompok Terhadap Perilaku Konsumtif** 21
E. **Hipotesis** 23
BAB III 24
METODE PENELITIAN 24
A. **Identifikasi Variabel Penelitian** 24
B. **Definisi Operasional** 24
1. **Perilaku Konsumtif** 24
2. ***Psychological Meaning of Money*** 24
3. **Konformitas Kelompok** 25
C. **Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel** 25
1. **Populasi** 25
2. **Sampel** 26
3. **Teknik pengambilan sampel** 26
D. **Metode Pengumpulan Data** 27
1. **Skala Perilaku Konsumtif** 27
2. **Skala *Psychologycal Meaning Of Money*** 27
3. **Skala Konformitas Kelompok** 29
E. **Validitas, Uji Daya Beda Aitem Dan Reliabilitas Alat Ukur** 29
1. **Validitas** 29
2. **Uji Daya Beda Aitem** 30
3. **Reliabilitas alat ukur** 30
F. **Teknik Analisis** 31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 32
A. **Orientasi Kecah dan Persiapan Penelitian** 32
1. **Orientasi Kancah Penelitian** 32
2. **Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian** 33
B. **Pelaksanaan Penelitian** 41
C. **Analisis Data dan Hasil Pembahasan** 42
1. **Uji Asumsi** 42
2. **Uji Hipotesis** 43

D. Deskkripsi Variabel Peneltian 45
E. Pembahasan 49
F. Kelemahan Penelitian 53
BAB V 54
KESIMPULAN DAN SARAN 54
A. Kesimpulan 54
B. Saran 55

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Psikologi 26
Tabel 2. Blueprint Skala Perilaku Konsumtif 27
Tabel 3. Blueprint Skala *Psychological Meaning Of Money* 28
Tabel 4. Blueprint Skala Konformitas Kelompok 29
Tabel 5. Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif 35
Tabel 6. Sebaran Aitem Skala *Psychological Meaning Of Money* 36
Tabel 7. Sebaran Aitem Konformitas Kelompok 36
Tabel 8. Skala Perilaku Konsumtif 38
Tabel 9. Skala *Psychological Meaning Of Money* (*Try Out* 1) 38
Tabel 10. Skala *Psychological Meaning Of Money* (*Try Out* 2) 39
Tabel 11. Skala Perilaku Konsumtif 40
Tabel 12. Penomoran Ulang Skala Perilaku Konsumtif 40
Tabel 13. Penomoran Ulang Skala *Psychological Meaning Of Money* 41
Tabel 14. Penomoran Ulang Skala Konformitas Kelompok 41
Tabel 15. Hasil Uji Normalitas 42
Tabel 16. Norma Kategorisasi Skor 45
Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif 46
Tabel 18. Kategorisasi Skor Subjek Pada Skala Perilaku Konsumtif 46
Tabel 19. Deskripsi Skor Skala *Psychological Meaning Of Money* 47
Tabel 20. Kategorisasi Skor Skala *Psychological Meaning Of Money* 48
Tabel 21. Deskripsi Skor Skala Konformitas Kelompok 49
Tabel 22. Kategorisasi Skor Skala Konformitas Kelompok 49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Rentang Skor Skala Perilaku Konsumtif 47
Gambar 2. Rentang Skor Skala *Psychological Meaning Of Money*..... 48
Gambar 3. Rentang Skor Skala Konformitas Kelompok 49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 60
Lampiran 2 71
Lampiran 3 88
Lampiran 4 110
Lampiran 5 119
Lampiran 6 131
Lampiran 7 137
Lampiran 8 140

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

HUBUNGAN ANTARA *PSYCHOLOGYCAL MEANING OF MONEY* DAN KONFORMITAS KELOMPOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI *E-COMMERCE* SHOPEE PADA MAHASISWA PSIKOLOGI ANGKATAN 2017-2019 UNISSULA

Oleh

Filiana Ayu Sintiya

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

filianatia@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 92 yang merupakan mahasiswa aktif Fakultas Psikologi angkatan 2018. Teknik penngambilan sampel dilakukan dengan *cluster random sampling*. Pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan tiga skala yaitu skala perilaku konsumtif, skala *psychological meaning of money* dan skala konformitas kelompok. Skala perilaku konsumtif terdiri dari 40 aitem dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,930. Skala *psychological meaning of money* terdiri dari 23 aitem dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,803. Skala konformitas kelompok terdiri dari 24 aitem dengan koefisien reliabilitas sebesar 0,875. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan Teknik analisis regresi ganda dua prediktor dan korelasi parsial. Hasil analisis hipotesis pertama menunjukkaan adanya hubungan yang signifikan antara *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif, R = 0,588, F = 23,542 dengan p = 0,000 ($p<0,01$), hipotesis diterima. Hasil analisis hipotesis kedua menunjukkan koefisien korelasi r_{x1y} = -0,066 dengan taraf signifikan p = 0,534 ($p>0,01$), sehingga hipotesis ditolak. Hasil analisis hipotesis ketiga menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif, koefisien korelasi r_{x2y} = 0,586 dengan taraf signifikansi p = 0,000 ($p<0,01$), sehingga hipotesis diterima.

Kata kunci: Perilaku konsumtif, *psychological meaning of money*, konformitas kelompok

THE RELATIOANSHIP BETWEEN PSYCHOLOGICAL MEANING OF MONEY AND GROUP CONFORMITY ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN 2017-2019 STUDENTS OF FACULTY PSYCHOLOGY UNISSULA

By
Filiana Ayu Sintiya
Faculty of Psychology, Sultan Agung Islamic University
filianatia@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between psychological meaning of money and group conformity with consumptive behavior in 2017-2019 students of faculty psychology Unissula. The metod used in this research in quantitative method. The subjects in this research were 92 in 2017 students of faculty psychology Unissula. The sampling technique using cluster random sampling. Three scales gethered the data: consumptive behavior scale, psychological meaning of money scale and group conformity scale. The consumptive behavior of 40 items with a reliability scale of 0,930. The psychological meaning of money of 23 items with a reliability scale of 0,803. The group conformity of 24 items with a reliability scale of 0,875. The data analysis technique used in this research was the two predictors analysis regression technicque and partial correlation technique. The first hypothesis test results show that the correlation between psychological meaning of money and group conformity with consumptive behavior in 2017-2019 students of faculty psychology Unissula was significant, R = 0,588, F = 23,542 with p = 0,00 (p<0,01), the first hypothesis was accepted. The second hypothesis test results showed a not significant between psychological meaning of money and consumptive behavior, the correlation coefficient rx_1y *= -0,066 with significant level of p = 0,534 (p>0,01), the second hypothesis was not accepted. The third hypothesis test results showed a significant positive relationship between group conformity and consumptive behavior, the correlation coefficient* rx_2y *= 0,586 with a sicnificant level of p = 0,000 (p<0,01), the third hypothesis was accepted.*

Keywords*: Consumptive behavior, psychological meaning of money, group conformity*

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era modern ini kita bisa melakukan banyak hal secara *online* termasuk dalam membeli sesuatu yang kita butuhkan. Melakukan pembelian melalui *online* memanglah mudah dan sering menjadi pilihan banyak orang. Pertumbuhan *E-commerce* di Indonesia terbilang sangat pesat. Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika Kementerian Kominfo, menyatakan bahwa pertumbuhan *E-Commerce* di Indonesia mencapai 78% dan menduduki peringkat ke-1 dunia di tahun 2019 (Komnifo, 2019). Terdapat banyak situs belanja *online* atau *E-commerce* di Indonesia. Ada 7 *E-commerce* terpopuler di tahun 2020 yaitu Shopee, Tokopedia, Bukalapak, Lazada, Blibli, JD.ID dan Orami. Shopee menempati urutan pertama sebagai *E-commerce* terpopuler 2020 dengan jumlah pengunjung sebanyak 93 juta setiap bulannya (Dine, 2020). Shopee merupakan *mobile market place* pertama dengan gratis ongkos kirim se-Indonesia yang masuk ke pasar Indonesia pada Mei 2015. Sesuai dengan *tagline* nya, Shopee sering mengadakan gratis ongkos kirim dengan minimal pembelanjaan yang beragam mulai dari minimal pembelanjaan 0 rupiah sampai dengan 120.000 rupiah. Shopee juga sering mengadakan promo yang sangat menarik di hari-hari tertentu, hal tersebut membuat pelanggannya tidak mau melewatkan program gratis ongkos kirim dan promo tersebut sehingga mereka akan memanfaatkanya untuk berbelanja sebanyak mungkin tanpa berfikir panjang.

Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (Halim, 2017), mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai kecenderungan untuk melakukan konsumsi tanpa batasan yang lebih mementingkan keinginan daripada kebutuhan. Dalam melakukan pembelian *online* seseorang kadang tidak memperdulikan barang atau produk tersebut merupakan bagian dari kebutuhan atau hanya keinginan semata. Biasanya dalam pembelian secara *online* perilaku konsumtif muncul karena tergiur oleh harga yang murah, barang yang terlihat menarik, *rating* toko yang bagus, *review* produk yang meyakinkan, rekomendasi dari teman, dan tergiur

promosi yang sedang diadakan. Dalam situs belanja online Shopee terdapat banyak sekali produk murah, mulai dari *fashion, skincare, make up* sampai dengan kebutuhan rumah tangga. Riset yang dilakukan oleh industri.kontan.co.id menyatakan bahwa kelompok usia yang paling menyukai berbelanja di Shopee berkisar antara usia 19-24 tahun, usia mahasiswa rata-rata berkisar antara 18-22 tahun sehingga mahasiswa masuk kedalam kelompok usia yang menyukai belanja di Shopee (Husaini, 2020).

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan beberapa mahasiswa Psikologi angkatan 2017 dan 2018 Universitas Islam Sultan Semarang terdapat beberapa indikator perilaku konsumtif yang muncul. Berikut merupakan jawaban hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti:

> *"Sering fil, biasanya kalo ada yg jualan di instagram gitu kaya baju tas kalo pengen ya beli tapi paling sering si lewat aplikasi Shopee soalnya seneng aja gak ribet transfer kan bisa bayar lewat indomart bisa bayar cod juga terus juga sering dapet gratis ongkir sama cashback gitu si, Eee di Shopee tu lengkap sih mau cari apa aja ada terus kadang ada toko yg jualannya gak cuma 1 produk jadi bisa sekalian gitu, kadang juga gara gara temen missal ada temenku belanja baju terus pas dateng bajunya bagus dan harganya murah itu sering banget aku tergoda buat beli juga fil. Biasanya aku beli tas, baju, sepatu sama skincare fil. Belinya karena pengen terus promo si seringnya. Kalo dalam sebulan minimal 1 kali terus habisnya kisaran 150-200 kalo belanja"* (Wawancara 20 Maret 2021 dengan mahasiswa berinisial RA yang berusia 21 tahun)

> *"Aku sering belanja online biasanya di Shopee fil. Duh kok sering ya hahaha hmm kalo belanja kisaran 5-6 kali kayaknya kalo dalam sebulan. Belinya barang-barang sepele si, tas baju sandal jajanan, belinya karena pengen dan diskon jadi lebih murah plus gratis ongkir. Kalo belanja kisaran kurang lebih 300 ribu fil"* (Wawancara 21 Maret 2021 dengan mahasiswa yang berinisial RA yang berusia 22 tahun)

> *"Iya aku tu sering banget belanja online, terus aku tu belanjanya lewat aplikasi Shopee soalnya menurutku aplikasi Shopee itu lebih mudah dari yang lain-lainnya. Biasanya si nggak tentu Cuma akhir-akhir ini bulan ini tu aku belanjanya banyak banget ee kemaren seminggu aja barang yang aku checkout itu 7 maksudnya paketan yang dateng tu 7 dan ini masih dalam perjalanan ada 2, jadi ee minggu ini 9 kali tapi kalo dalam sebulan belum ngitung si.*

Kadang kalo pengen eh kalo diskon ya namanya orang ya mesti kegoda meskipun itu sebenernya nggak dibutuhkan tapi kalo diskon ya dibeli, kalo kebutuhan ya kadang aku cari dulu di sekitar rumah lek misale gak ada ya aku cari di e-commerce gitu, tapi aku kalo di Shopee itu seringnya bukan karena lagi butuh, Cuma ya karena pengen ya karena lucu ya karena imut ya aku pengen punya kek gitu sebenernya barang itu tu nggak terlalu dibutuhin kek misal kemaren aku tu habis beli em buku tapi belum detang barange, buku ini tu sebenere kayak yaudah aku belum butuh tapi aku pengen beli aja, terus aku abis beli apa lagi ya ampe lupa banyak banget sebenere yang nggak aku butuh-butuh banget cuma aku pengen karena dia tu kadang ya namanya cewek ya imut warnanya lucu gemes yaudah aku beli kek gitu. Kisaran berapa ya kalo belanja macem macem si fil yang murah-murah biasanya yang mahal juga pernah tapi jarang" (Wawancara 23 Maret 2021 dengan mahasiswa berinisial FNA yang berusia 21 tahun)

"kalo online seringnya Shopee si mba, pernah nyoba install lazada juga cuma pilihannya tu banyak di Shopee gitu mba lebih menarik dari segi gambar. Lebih sering belanja jilbab si mba soalnya tu kalo ditoko-toko biasa susah dapet apa yang aku pengen gitu, diShopee banyak pilihan warna, bahan, model jilbab dan banyak pilihan took juga jadi aku suka belanja diShopee. Belanja tergantung mood si mba, kadang juga pernah pas lagi gabut gitu beli taneman haha, tanemannya dirumah masih aku rawat sampe sekarang. Sebulan bisa 5 kali belanja si mba tergantung pemasukan dana, biasanya belanja habis sekitar 200rban mba. Aku sering tergiur promo apalagi ditambah gratis ongkir hahaha. Kalo terpengaruh temen itu nggak si mba, malah sebaliknya temenku yang terpengaruh sama aku, kemarin aku habis beli plisket itukan terus 3 temenku nanyain itu beli dimana gitu mba." (Wawancara 6 Mei 2021 dengan Mahasiswa berinisial A yang berusia 19 tahun)

Berdasarkan hasil wawancara diatas, ditemukan beberapa indikator perilaku konsumtif seperti membeli barang atas dasar keinginan bukan kebutuhan, membeli barang karena diskon atau promo dari penjual di *e-commerce* Shopee, dan dari hasil wawancara tersebut juga diketahui bahwa mahasiswi memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam melakukan kegiatan berbelanja di *e-commerce* Shopee. Menurut Kotler (Haryani & Herwanto, 2015) perilaku konsumtif memiliki 4 faktor, yaitu faktor kebudayaan yang terdiri dari budaya, sub-budaya dan kelas sosial, faktor sosial yang terdiri dari kelompok acuan, keluarga, serta

peran dan status, faktor pribadi terdiri dari usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian,dan yang terakhir ada faktor Psikologis yang terdiri dari motivasi, persepsi, pengetahuan, keyakinan, dan sikap. *Psychological meaning of money* termasuk dalam faktor Psikologis yaitu persepsi yang mana *psychological meaning of money* dapat didefinisikan sebagai cara seseorang dalam memaknai uang dalam kehidupannya.

Mitchell dan Mickel (Nadzir & Ingarianti, 2015) menyatakan bahwa definisi dari *psychological meaning of money* atau makna Psikologi uang adalah ketika seseorang memahami bagaimana uang bisa mempengaruhi industri dan organisasi terkait masalah Psikologi seperti motivasi kerja, seleksi, penempatan dan kompensasi. Dalam hal ini *psychological meaning of money* yang dimaksud adalah mengenai persepsi individu dalam memaknai uang. Koiv (Rizki & Ayuningsih, 2016) menyebutkan bahwa sikap individu dalam memaknai uang didasari pada proses sosialisasi dari masa kanak-kanak yang cenderung akan bertahan hingga dewasa. Persepsi seseorang terhadap uang sangat berpengaruh terhadap kehidupannya dimasa depan, apabila persepsi terkait uang tersebut negatif maka akan negatif pula seseorang tersebut dalam menggunakan uang. Faktor lain yang bisa menimbulkan perilaku konsumtif ialah faktor sosial yaitu kelompok acuan.

Kelompok acuan atau kelompok referensi adalah sekelompok individu yang mampu memengaruhi sikap, perilaku serta pola pikir individu, sehingga angkota kelompok akan berusaha menyesuaikan kelompoknya. Penyesuaian terhadap kelompok tersebut disebut sebagai konformitas kelompok. Baron, Branscombe, Byrne (Sarwono, 2018) menjelaskan konformitas merupakan bentuk pengaruh sosial yang bisa mengubah perilaku dan sikapnya agar sesuai pada norma sosial. Asch (Afandi & Hartati, 2017) menyebutkan bahwa individu cenderung melakukan perilaku yang sama dengan kelompoknya apabila individu tersebut sedang mengalami kebingungan. Hal tersebut sering terjadi pada saat seseorang sedang melakukan aktivitas berbelanja. Kelompok atau teman sepermainan biasanya akan memberikan rekomendasi terkait produk yang akan dibeli atau meminta pendapat terhadap barang atau produk yang ingin mereka

beli. Anggota kelompok satu sama lain biasanya memiliki selera yang sama dalam memilih produk, apabila salah satu dari mereka melakukan pembelian secara online dan barang yang diterima memiliki kualitas yang baik maka tak jarang anggota lain akan tergiur dengan barang yang sama. Sehingga hal ini menjadi salah satu faktor munculnya perilaku konsumtif.

Mahasiswa merupakan target pemasaran produk karena mahasiswa tergolong remaja yang masih labil dan mudah untuk dipengaruhi. Santrock (Putri & Rustika, 2017) menjelaskan bahwa periode pada masa remaja dibagi menjadi periode awal dan periode akhir. Pada periode remaja awal dimulai sekitar usia 10 sampai 13 tahun dan periode akhir pada usia 18 sampai 22 tahun. Mahasiswa rata-rata berusia 18-22 tahun yang mana usia tersebut termasuk kedalam kategori remaja akhir. Mahasiswa cenderung konsumtif dikarenakan masih pada tahap pencarian jati diri yang mana suka mencoba sesuatu yang sedang trending dan mudah dipengaruhi oleh lingkungan sekitar.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Haryani dan Herwanto (2015) yang berjudul "Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi" yang dilaksanakan di UIN Suska Riau dengan subjek mahasiswi jurusan akutansi program studi S1 yang berjumlah 120 orang, penelitian tersebut menunjukkan bahwa konformitas dan kontrol diri memiliki *adjusted* R *squared* sebesar 27,9% terhadap perilaku konsumtif dan 72,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian tersebut. Penelitian sebelumnya juga dilakukan oleh Nadzir dan Inggarianti (2015) yang berjudul "*Psychological Meaning of Money* dengan Gaya Hidup Hedonis Remaja di Kota Malang" penelitian tersebut dilaksanakan pada seluruh remaja yang berada di Kota Malang dengan rentang usia 17-21 tahun yang berjumlah 350 orang, penelitian tersebut menunjukkan bahwa *psychological meaning of money* memiliki *adjusted* R *squared* sebesar 19,9% terhadap gaya hidup hedonis dan 80,1% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitan tersebut.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian yang berfokus pada "Hubungan Antara *Psychological Meaning of*

Money dan Konformitas Kelompok terhadap Perilaku Konsumtif Melalui E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Psikologi Angkatan 2017-2019 UNISSULA". Penelitian ini akan mengambil subjek mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 yang didasarkan pada remaja akhir menurut Santrock. Perbedaan dalam penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu variabel bebas yang diteliti adalah *Psychological Meaning of Money* dan subjek yang diambil ialah mahasiswa aktif Angkatan 2017-2019 yang menggunakan aplikasi *e-commerce* Shopee serta lokasi penelitian yaitu di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang diatas maka dapat disimpulkan bahwa masalah pada penelitian ini yaitu: Apakah ada hubungan antara *psychologycal meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif melalui e-commerce Shopee pada mahasiswi Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA

C. Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *psychologycal meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswi Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA

D. Manfaat

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat yang baik secara teoritis maupun praktis, sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

   Harapan peneliti terkait penelitian ini yaitu mampu berkontribusi dalam memberikan sumbangan berupa referensi dan masukan pada ilmu Psikologi dalam bidang industri dan organisasi pada perilaku konsumen.

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi bagi pembaca mengenai keterkaitan antara *psychologycal meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif melalui *e-commerce* sehingga diharapkan mahasiswa bisa lebih bijak dalam membelanjakan uangnya dan sesuai dengan kebutuhan serta tidak berlebihan.

BAB II
LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah sebuah tindakan yang dilakukan oleh individu dalam mengkonsumsi barang atau jasa dalam jumlah yang banyak yang didasarkan pada keinginan bukan kebutuhan. Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (Halim, 2017), mendefinisikan perilaku konsumtif dengan kecenderungan individu melakukan konsumsi melewati batas dan mengesampingkan kebutuhan serta mengedepankan keinginan. Menurut Ancok (Rahmat et al., 2020), perilaku konsumtif merupakan perilaku manusia yang cenderung mengkonsumsi tanpa batas lebih mementingkan emosi yaitu keinginan daripada faktor rasionalnya yaitu kebutuhan.

Sumartono menjelaskan perilaku konsumtif diartikan sebagai sebuah perilaku berbelanja yang tidak rasional yang berdasarkan keinginan yang sudah melebihi batas wajar (Yuliantari & Herdiyanto, 2015). Suyasa dan Fransisca (Lestarina et al., 2017) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan pembelian barang atau produk yang tidak termasuk kebutuhan tapi untuk memenuhi keinginan, pemenuhan keinginan tersebut dilakukan secara berlebihan dan menimbulkan pemborosan atau pengeluaran biaya yang tidak efisien. Sedangkan menurut Tambunan (Sari, 2019) perilaku konsumtif didefinisikan sebagai sebuah keinginan mengkonsumsi prosuk atau barang yang kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Berdasarkan penjelasan diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah tindakan mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan yang mana tindakan mengkonsumsi tersebut bukan berdasarkan pada kebutuhan tetapi berdasarkan keinginan semata yang mengarah kepada pemborosan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut (Kotler & Keller, 2009) ada beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, antara lain:

a. Faktor - faktor sosial

1) Kelompok referensi merupakan seluruh anggota kelompok yang memiliki pengaruh besar baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap perilaku atau sikap seseorang.
2) Keluarga, dalam sebuah kehidupan terdapat dua faktor keluarga yang mempengaruhi pembelian yaitu keluarga orientasi, merupakan peran orang tua terkait agama, politik, ekonomi serta harga diri dan cinta. Keluarga prokreasi yakni pasangan hidup seseorang dalam keluarga yang merupakan konsumen penting dalam suatu masyarakat.
3) Peran dan status, setiap individu berpartisipasi dalam sebuah kelompok seperti keluarga dan organisasi. Dalam sebuah kelompok seseorang memiliki posisi yang mana posisi tersebut merupakan sebuah peran dan status.

b. Faktor - faktor pribadi

1) Umur dan tahapan dalam siklus hidup, perilaku konsumtif seseorang terbentuk melalui tahapan siklus hidup keluarga dan orang yang telah dilewati dan saat memasuki usia dewasa akan mengalami perubahan tertentu saat menjalani kehidupan.
2) Pekerjaan, yaitu usaha yang dilakukan oleh para pemasar untuk mengidentifikasi kelompok pekerja yang memiliki minat terhadap suatu produk diatas rata-rata.
3) Keadaan ekonomi dalam hal ini mencakup pendapatan seseorang yang dapat dibelanjakan termasuk tingkat dan kestabilan jumblah uang yang dibelanjakan, tabungan dan hartanya termasuk presentase yang dapat dijadikan uang, kemampuan untuk meminjam dan bagaimana seseorang tersebut menggunakan uang tabungan.
4) Gaya hidup yaitu, pola hidup seseorang yang di gambarkan dalam sebuah kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup dapat

menggambarkan “seseorang secara keseluruhan” dalam berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga menginterpretasikan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

5) Kepribadian dan konsep diri, yakni karakteristik Psikologis seseorang yang berbeda-beda dan relatif konsisten dalam melakukan respon terhadap lingkungannya. Kepribadian merupakan ciri bawaan Psikologis manusia yang bisa menggambarkan kepercayaan diri, dominasi, otonomi, kehormatan, kemampuan sosialisasi, kemampuan beradaptasi dan pertahanan diri atau kontrol diri.

c. Faktor - faktor Psikologis

1) Motivasi, menurut Freud, individu berusaha menekan berbagai macam hal yang diinginkan sejalan dengan tahapan proses dan pertumbuhan penerimaan aturan sosial. Sesuatu yang diinginkan tidak bisa dihilangkan ataupun dikendalikan secara keseluruhan sehingga dapat muncul dalam bentuk mimpi.
2) Persepsi merupakan sebuah proses yang dialami saat memilih dan mengorganisasikan serta menyimpulkan atas dasar informasi yang diterima guna mencapai gambaran yang berarti. Setiap individu mempunyai persepsi berbeda pada objek yang sama dikarenakan persepsi memiliki 3 tahapan proses yaitu: perhatian selektif, gangguan selektif dan proses selektif dalam mengingat.
3) Proses belajar berarti setiap individu akan memiliki pengalaman baru yang bisa merubah tingkah laku individu tersebut.
4) Kepercayaan dan sikap, diartikan sebagai sebuah pendapat atau pandangan yang melekat dalam diri individu terhadap suatu objek.

Mangkunegara (Hidayah & Bowo, 2018) menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi perilku konsumtif sebagai berikut :

a. Faktor Sosial Budaya, yang meliputi:

1) Budaya adalah hasil dari kreativitas masyarakat yang tetap ada dari tahun ketahun yang mampu membentuk perilaku individu dalam kehidupan bermasyarakat. Kebudayaan mencakup beberapa hal seperti

ilmu pengetahuan, nilai dan norma, kepercayaan, adat istiadat dan kebiasaan yang ada didalam masyarakat.

2) Kelas sosial, diartikan sebagai sebuah kelompok yang memiliki kesetaraan kedudukan di masyarakat.
3) Kelompok rujukan, merupakan sebuah kelompok dapat memberikan pengaruh pada pendapat, perilaku atau sikap dan nilai serta norma pada individu. Yang termasuk dalam kelompok anutan misalnya, keluarga, teman sebaya, dan sebagainya.
4) Keluarga, merupakan unit masyarakat terkecil dalam masyarakat yang mana dalam lingkup keluarga anggota cenderung memiliki perilaku yang sama yang mana hal tersebut bisa mempengaruhi segala aktivitas yang dilakukan terutama dalam berbelanja.

b. Faktor Psikologis

1) Pengalaman belajar, belajar merupakan bentuk dari perubahan pada individu yang mana hal tersebut terjadi karena adanya sebuah pengalaman yang dilalui.
2) Kepribadian, diartikan sebagai karakter yang melekat pada individu yang mampu menentukan setiap perilaku yang dilakukan oleh individu.
3) Sikap dan keyakinan, yakni sebuah penilaian dalam kognitif individu terhadap sesuatu yang disukai maupun yang tidak disukai, perasaan emosional yang menyebabkan tindakan individu cenderung kearah objek atau ide.
4) Konsep diri, diartikan sebagai sudut pandang seseorang terhadap dirinya sendiri yang merupakan gambaran terkait apa yang kita pikirkan.

Perilaku konsumtif adalah komponen dari perilaku konsumen yang mana dapat dipaparkan menggunakan teori perilaku konsumen (Chrisnawati & Abdullah, 2011). Engel (Chrisnawati & Abdullah, 2011) mengemukakan beberapa faktor yang terdapat dalam perilaku konsumtiif, antara lain:

a. Faktor internal, antara lain:

1) Motivasi, adalah suatu konsep yang menjelaskan bahwa kekuatan pada individu berguna untuk menimbulkan serta memberikan arahan pada tingkah laku individu tersebut.
2) Proses Belajar dan Pengalaman, diartikan sebagai proses pengamatan yang dilakukan dalam proses pembelian. Konsumen melakukan pengamatan dan mempelajari berbagai informasi atau data yang sudah terkumpul pada saat pengamatan serta pembelajaran tersebut akan menjadi referensi konsumen dalam membuat sebuah keputusan pembelian.
3) Kepribadian dan konsep diri, adalah suatu kecenderungan perilaku yang ditunjukkan dan sudah melekat pada individu.
4) Gaya hidup, didefinisikan sebagai kecenderungan individu dalam menghabiskan uang maupun waktu yang dimiliki. Remaja masa kini sedang menganut salah satu gaya hidup yaitu gaya hidup senang berbelanja yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif.
5) Sikap, adalah sebuah petunjuk bagi perilaku individu dalam bertindak dilingkungan sosial. Sikap dibagi menjadi 3 bagian yaitu intelektual, afektif (makna emosi) dankonatif (berhubungan dengan kemauan dan keinginan) yang didapatkan individu dari proses belajar.

b. Faktor eksternal, antara lain:

1) Faktor kebudayaan, diartikan sebagai kecenderungan perilaku yang dilakukan, dimiliki dan diterima oleh kelompok tertentu (kelompok besar maupun kecil).
2) Faktor kelas sosial, diartikan sebagai golongan dalam kelompok yang menunjukkan perbedaan antar kelompok yang berada didalam masyarakat.
3) Faktor keluarga, diartikan sebagai unit ssosial terkecil yang ada dimasyarakat yang mana unit sosial tersebut memberikan contoh mendasar yang paling utama dalam tahapan tumbuh kembang remaja.

Keluarga memiliki peran paling penting serta terbesar dalam proses pengrahan individu.

4) Kelompok acuan padat diartikan sebagai kelompok yang mampu mempengaruhi segala aspek kehidupan seseorang seperti, pendapat, sikap, nilai dan norma serta perilaku konsumsi.

Berdasarkan pemaparan faktor-faktor diatas peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat tiga faktor yang dikemukakan oleh Kotler & Keller tahun 2009 yaitu faktor sosial yang terdiri dari kelompok referensi, keluarga, peran dan status, faktor pribadi yang terdiri dari umur dan tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri, faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, proses belajar, kepercayaan dan sikap.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Fromm (1995) menyebutkan terdapat empat aspek perilaku konsumtif, antara lain:

a. Pembelian impulsif *(impulsive buying)* adalah tindakan mengkonsumsi barang atau produk yang lebih didasarkan oleh keinginan yang kuat atau hasrat ingin membeli yang tiba-tiba muncul. Tindakan tersebut terjadi tanpa memikirkan konsekuensinya secara matang yang dapat terjadi dikemudian hari, tindakan ini biasanya didasari oleh keinginan emosional saja.
b. Pemborosan (*wasteful buying)* yaitu pembelian yang tidak memiliki nilai kebutuhan, membeli bukan berdasarkan kebutuhan melainkan keinginan semata yang akan memunculkan perasaan senang.
c. Tidak bernilai kebutuhan *(non irational buying)* merupakan tindakan pembelian yang didasarkan pada pemenuhan hasrat semata tanpa memikirkan nominal uang yang harus dipakai sebagai pemenuhan hasrat tersebut.
d. Ingin lebih dari orang lain *(satisfaction seeking)* yakni ambisi seseorang untuk berusaha lebih unggul dari individu lain, selalu merasa tidak puas serta memiliki rasa bersaing yang tinggi (Fromm, 1995).

Aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (Lestarina et al., 2017) ada 3 antara lain :

a. Pembelian Impulsif *(Impulsive buying)*

   Pembelian impulsif menggambarkan individu yang memiliki perilaku membeli sesuatu berdasarkan hasrat semata yang muncul secara mendadak atau keinginan sesaat, pembelian ini dilakukan tanpa pertimbangan sebelumnya.

b. Pemborosan (*Wasteful buying*)

   Perilaku boros yaitu ketika individu menghabiskan uang dalam jumlah yang banyak tanpa memikirkan skala prioritas kebutuhan.

c. Mencari kesenangan *(Wasteful buying)*

   Tindakan pembelian yang dilakukan dengan tujuan mencari kesenangan semata.

Berdasarkan pemaparan aspek-aspek diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat empat aspek yang dikemukakan oleh Fromm (1995) yaitu aspek pembelian impulsif, pemborosan, pembelian tidak bernilai guna, dan aspek ingin lebih dari orang lain.

B. *Psychological Meaning Of Money*

1. Pengertian *Psychologyal Meaning Of Money*

Uang merupakan hal terpenting dalam keberlangsungan hidup manusia. Uang adalah salah satu alat tukar yang berlaku di seluruh negara termasuk Indonesia. Uang memiliki makna yang berbeda bagi masing-masing individu, misalnya kekuasaan, status sosial, kekayaan, pekerjaan dan pendapatan seseorang. Furnham A (Shohib, 2015) menjelaskan bahwa uang dipandang sebagai suatu hal yang kuat dikarenakan mempunyai pengaruh terhadap kesejahteraan dan kognisi seseorang. Bagi seseorang yang tidak memiliki uang, uang bisa menjadi motivator dalam mendapatkan uang itu sendiri sehingga dapat menghindarkan dari kecemasan dan ketidakbahagiaan seseorang.

Davidoff (Rizki et al., 2016) menjelaskan bahwa persepi adalah sebuah proses yang bermula dari suatu stimulus yang dimunculkan dari suatu objek terhadap panca indera yang selanjutnya akan diorganisasikan serta diinterpretasikan oleh seseorang sehingga menimbulkan suatu keyakinan. Mitchell dan Mickel (Nadzir & Ingarianti, 2015) menyatakan bahwa definisi dari *psychological meaning of money* atau makna Psikologi uang adalah ketika seseorang memahami bagaimana uang bisa mempengaruhi industri dan organisasi terkait masalah Psikologi seperti motivasi kerja, seleksi, penempatan dan kompensasi.

Koiv (Rizki & Ayuningsih, 2016) menyebutkan bahwa sikap individu dalam memaknai uang didasari pada proses sosialisasi dari masa kanak-kanak yang cenderung akan bertahan hingga dewasa. *Psychological meaning of money* didefinisikan sebagai suatu pandangan atau keyakinan yang dimiliki individu terhadap uang (Rizki et al., 2016). Selanjutnya Duravasula dan Lysonsnki (Shohib, 2015) menyatakan bahwa sikap terhadap uang menunjukkan bahwa uang memiliki berbagai macam arti sesuai dengan kepribadian dan tingkat pemahaman seseorang, diantaranya uang dianggap sebagai bagian penting dalam kehidupan, uang apat menunjukkan kualitas hidup, sumber rasa hormat dan kebebasan bahkan kejahatan.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa *psychological meaning of money* merupakan persepsi seseorang terhadap uang atau bagaimana seseorang memaknai uang sesuai dengan pemahaman dan kepribadian individu masing-masing. Baik maupun buruknya pemaknaan serta penggunaan uang tergantung bagaimana individu tersebut memaknainya.

2. Dimensi *Psychological Meaning of Money*

Menurut Mickel, Mitchel, Dakin, dan Gray (Rizki et al., 2016) terdapat tujuh dimensi dalam persepsi uang di antaranya ialah:

1) *Value importance of money*, terkait dengan persepsi seseorang terhadap pentingnya uang dan bagaimana pengaruh uang dalam kehidupan seseorang tersebut.

2) *Personal involvement with money*, yaitu tindakan nyata yang dilakukan oleh seseorang dalam mengatur keuangan dalam keseharian seperti melakukan pencatatan pendapatan dan pengeluaran seseorang tersebut dengan rapi.
3) *Time spent thinking about financial affairs*, yaitu suatu perencanaan seseorang terhadap keuangannya seperti bagaimana rencana untuk menghasilkan uang tambahan sebagai investasi masa depan serta memiliki kesadaran dalam aktivitas pengeluaran uang yang di miliki.
4) *Knowledge of financial affairs*, yaitu pengetahuan seseorang tentang istilah-istilah keuangan dan mekanisme dalam penggunaannya.
5) *Comfort in taking financial risk*, adalah sebuah kesadaran dan kenyamanan seseorang dalam melakukan investasi terhadap uang yang dimiliki.
6) *Money as a source of power and status*, merupakan kecenderungan yang dimiliki seseorang dalam membicarakan uang dan materi yang dimiliki kepada orang lain, dan kecenderungan menilai orang lain berdasarkan materi yang dimiliki.
7) *Skill at handling money*, merupakan keterampilan yang dimiliki seseorang dalam mengelola keuangan, menentukan kebutuhan dan mampu menyisihkan dana cadangan untuk kebutuhan mendesak.

Yamuchi dan Templer (Shohib, 2015) membagi sikap terhadap uang menjadi 5 dimensi yaitu :

1) *Power-prestige* (kekuasan-gengsi), diartikan sebagai sumber kekuasaan, pendapatkan pengakuan eksternal, pencarian status, persaingan dan pencapaian barang-barang mewah.
2) *Retention time* (keamanan – pengelolaan), yang berarti uang harus dikelola dengan baik untuk masa depan, butuh perencanaan dan kehati-hatian dalam membelanjakan uang serta penggunaan yang berorientasi pada masa depan.
3) *Distrust* (ketidakpercayaan), memiliki arti bahwa uang dapat menjadi sumber perilaku penuh curiga, memunculkan keraguan dalam situasi

yang melibatkan penggunaan uang dan ketidakpercayaannya dalam mengambil keputusan penggunaan uang

4) *Quality* (kualitas), memberikan arti bahwa uang dapat menjadi simbol kualitas hidup dengan melakukan pembelian barang-barang yang berkualitas.
5) *Anxiety* (kegelisahan) digambarkan dengan uang sebagai sumber kecemasan dan stress bagi pemiliknya.

Berdasarkan pemaparan aspek-aspek diatas maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat tujuh aspek *psychological meaning of money* yang dikemukakan oleh Mickel, Mitchel, Dakin, dan Gray (Rizki et al., 2016) yaitu *value importance of money, personal involvement with money, time spent thinking about financial affairs, knowledge of financial affairs, comfort in taking financial risk, money as a source of power and status,* dan *skill at handling money.*

C. Konformitas Kelompok

1. Pengertian Konformitas Kelompok

Kelompok diartikan sebagai sekumpulan individu yang bergabung karena adanya perasaan senasib sepenanggungan. Dalam kelompok juga terdapat kemiripan minat dari masing-masing anggotanya. Semua anggota mempunyai hak maupun kewajuban yang harus dilaksanakan didalam kelompok. Konformitas kelompok merupakan suatu kondisi dimana seorang individu berusaha menyamakan perilaku dengan individu lain yang berada didalam kelompoknya. Baron, Branscombe, Byrne (Sarwono, n.d.) menjelaskan bahwa konformitas merupakan bentuk perubahan yang terjadi pada individu dikarenakan pengaruh sosial sehingga individu melakukan penyesuaian dengan norma sosial yang berlaku. Myers (Suminar & Meiyuntari, 2016) mendefinisikan konformitas sebagai sebuah perubahan perilaku individu yang terjadi karena munculnya tekanan dari kelompok.

Konformitas terjadi tidak hanya saat individu berperilaku seperti orang lain, tapi juga saat individu dipengaruhi orang lain. Song (Rahmayanthi, 2017) berpendapat bahwa konformitas merupakan tindakan seseorang untuk

merubah perilaku yang disebabkan karena munculnya tekanan dari kelompok. Sears (Ramadhani, 2016) menjelaskan bahwa konformitas ialah suatu kondisi dimana individu mencoba menyesuaikan diri dengan keadaan yang ada pada kelompoknya, hal tersebut dikarenakan adanya tuntutan dan tekanan agar individu bisa menyesuaikan diri, individu akan menunjukkan perilaku yang juga ditampilkan oleh kelompoknya. Penyesuaian perilaku yang dilakukan oleh individu merupakan sebuah usaha agar tidak mendapatkan penolakan dari kelompoknya. Penyesuaian tersebut bisa dilakukan atas dasar kemauan sendiri maupun atas dasar tekanan yang diberikan oleh kelompok.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa konformitas kelompok adalah sebuah upaya yang dilakukan individu agar mendapatkan pengakuan dari suatu kelompok dengan cara melakukan penyesuaian perilaku yang akan menghindarkan individu tersebut dari penolakan kelompok.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konformitas Kelompok

Menurut Baron, Branscombe, Byrne (Sarwono, 2018) ada tiga faktor yang mempengaruhi konformitas :

1) Kohesivitas kelompok

   Kohesivitas kenompok artinya ketertarikan seseorang terhadap suatu kelompok dan keinginan untuk menjadi bagian dari kelompok tersebut.

2) Besaran kelompok

   Ukuran kelompok yang semakin besar maka akan semakin banyak individu yang memiliki ciri khas dalam berperilaku maka semakun banyak juga yang ingin mengikuti kelompok tersebut.

3) Tipe dalam norma sosial

   Tipe dalam norma sosial ini dibagi menjadi 2 yaitu norma bersifat injunctive (memiliki kecenderungan diabaikan) dan norma bersifat descriptive (memiliki kecenderungan diikuti).

Sears (Muktining tyas & Kuncoro, 2018) menjelaskan bahwa konformitas memiliki 4 faktor yaitu :

1) Pengaruh informasi. Orang lain merupakan sebuah informasi penting, seseorang bisa mengetahui apa yang tidak diketahui olehnya dengan cara melakukan pengamatan untuk mendapatkan informasi, maka dari itu konformitas terjadi berdasarkan informasi dari pengamatan seseorang yang akan membuat seseeorang tersebut mengikuti sikap dan perilaku yang dilakukan oleh orang lain terutama anggota dalam kelompoknya.
2) Kepercayaan terhadap kelompok. Seseorang mempercayai informasi yang ada dalam kelompoknya sebagai informasi yang benar sehingga seseorang tersebut akan mengikuti semua yang dilakukan oleh kelompoknya dan tidak memperdulikan pendapatnya sendiri, sehingga apabila dalam kelompok tersebut memiliki informasi yang penting dan belum diiliki oleh seseorang tersebut maka konformitas akan semakin meningkat.
3) Kepercayaan yang lemah terhadap penilaian sendiri, yaitu Ketika kepercayaan seseorang meeningkat terhadap penilaiannya sendiri maka konformitas dalam kelompok akan menurun dan begitu pula sebaliknya.
4) Rasa takut terhadap celaan sosial dan penyimpangan. Seseorang memiliki ketakutan saat tidak diakui dalam kelompoknya sehingga seseorang tersebut berusaha untuk selalu mengikuti aturan yang sudah disepakati oleh kelompok.

Song (Rahmayanthi, 2017) mengungkapkan bahwa konformitas terbentuk karena terdapat dorongan dari 2 faktor yaitu :

1) Besarnya kelompok

   Besarnya kelompok dapat mempengaruhi remaja untuk berperilaku konformitas, semakin besar sebuah kelompok maka semakin besar pula pengaruhnnya.

2) Kesepakatan

Dalam sebuah kelompok apabila sudah terbentuk sebuah keputusan bersama baik sukarela maupun terpaksa seseorang tersebut akan tetap mengikuti keputusan yang telah dibuat tersebut.

Berdasarkan paparan faktor-faktor diatas maka peneliti menyimpulkan bahwa terdapat tiga faktor konformitas kelompok yang dikemukakan oleh Baron, Branscombe, Byrne (Sarwono, 2018) yaitu kohesivitas kelompok, besaran kelompok dan tipe dalam norma sosial.

3. Aspek-Aspek Konformitas Kelompok

Sears dkk (Vatmawati, 2019) menyebutkan 3 aspek yang menandai adanya konformitas dalam suatu kelompok sebagai berikut:

a. Kekompakan

Kedekatan antar anggota kelompok dan perhatian antara anggota yang satu dengan yang lain yang dilakukan agar memperoleh pengakuan dari kelompok dan menghindari penolakan dari anggota kelompok.

b. Kesepakatan

Kesamaan pendapat antar anggota dan rasa percaya terhadap anggota kelompok karena masing-masing anggota memiliki ketergantungan terhadap kelompok.

c. Ketaatan

Anggota kelompok melakukan tindakan dibawah tekanan yang sesuai dengan kelompok walaupun sebenarnya anggota tersebut tidak ingin melakukannya karena ingin memenuhi harapan kelompok.

Baron & Byrne (Muktining Tyas & Kuncoro, 2018) membagi konformitas menjadi dua aspek yaitu:

a. Aspek normatif

Aspek normatif biasa disebut sebagai pengaruh sosial normatif. Dalam aspek ini mengungkap terdapat perbedaan atau penyesuaian persepsi, keyakinan, tindakan positif agar memperoleh persetujuan dan terhindar dari penolakan.

b. Aspek informatif

Aspek informatif biasa disebut pengaruh sosial informatif. Aspek ini mengungkap adanya perubahan atau penyesuaian persepsi, keyakinan, maupun perilaku individu sebagai akibat adanya kepercayaan terhadap informasi yang dianggap bermanfaat dan berasal dari kelompok.

Aspek-aspek konformitas menurut Taylor, dkk (Vatmawati, 2019) ada 2 yaitu:

a. Informational influence

Suatu proses penyesuaian perilaku terhadap lingkungan karena adanya sebuah informasi yang bermanfaat dan cenderung mengarahkan pada perbuatan yang baik.

b. Normative influence

Suatu proses penyesuaian perilaku yang dilakukan guna diterima oleh individu lain dan tendensi untuk diskusi.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek konformitas kelompok dibagi menjadi tiga aspek yang dikemukakan oleh Sears dkk (Vatmawati, 2019) yaitu aspek kekompakan, kesepakatan dan ketaatan.

D. Hubungan Antara *Psychologycal Meaning Of Money* Dan Konformitas Kelompok Terhadap Perilaku Konsumtif

Mahasiswa sering dijadikan target pemasaran produk karena mahasiswa tergolong remaja yang masih labil dan mudah untuk dipengaruhi. Loudon dan Bitta (Lina & Rosyid, 1997) menyatakan bahwa remaja merupakan kelompok yang berorientasi konsumtif, karena kelompok ini suka mencoba hal-hal yang dianggap baru. Sebagai seorang remaja, mahasiswa cenderung lebih memiliki interaksi yang luas terhadap dunia luar, tak jarang mahasiswa memiliki gaya hidup yang mewah dn mengikuti trand yang sedang digandrungi di kalangannya. Hal tersebut tanpa sadar mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian produk yang sesuai dengan apa yang sedang menjadi trand.

Pembelian akan terus dilakukan dari waktu ke waktu mengikuti trand tersebut sehingga menimbulkan perilaku konsumtif. Mahasiswa seringkali menghabiskan uang yang mereka punya untuk memenuhi keinginannya yang bisa membuat dirinya merasa senang. Seorang mahasiswa harus mampu mengendalikan keinginannya serta memiliki kemampuan dalam mengelola uang dengan baik. Persepsi merupakan salah satu faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif, persepsi terhadap uang atau *psychological meaning of money* merupakan hal yang penting dalam kehidupan. Apabila individu memiliki persepsi terhadap uang atau *psychological meaning of money* yang baik dan mampu berperilaku bijak dalam menggunakan uang untuk melakukan pembelian maka individu tersebut mampu terhindar dari perilaku konsumtif, namun sebaliknya jika individu tidak memiliki *psychological meaning of money* yang baik dan tidak mampu menggunakan uang secara bijak dalam melakukan pembelian maka individu tersebut akan terjebak dalam perilaku konsumtif. Individu dikatakan memiliki *psychological meaning of money* yang baik ketika individu mampu mengatur keuangan dengan baik, memiliki rencana untuk investasi, mampu menyisihkan dana cadangan untuk kebutuhan mendesak, memahami mekanisme keuangan, dan mampu menentukan skala priotitas kebutuhan dalam hidupnya.

Faktor lain yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konformitas kelompok, konformitas kelompok merupakan upaya seseorang untuk menyesuaikan apapun terkait dirinya dengan kelompoknya. Dalam mengkonsumsi barang dan jasa individu cenderung akan bercermin kepada kelompoknya, hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Sumartono (Agung et al., 2016) yang menyatakan bahwa dalam proses penentuan atau pemilihan produk yang akan dikonsumsinya individu melihat kelompoknya terlebih dahulu, karena pada umumnya individu akan memiliki sifat konformitas atau memiliki sikap yang searah dengan kelompoknya. Semakin konformitas didalam suatu kelompok maka akan semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki seseorang dan sebaliknya

semakin rendah konformitas dalam suatu kelompok maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif yang dimiliki.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Hipotesis dikatakan jawaban sementara dikarenakan jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Oleh karena itu hipotesis juga dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum merupakan jawaban yang empirik (Sugiyono, 2020). Didalam penelitian ini peneliti mengajukan 3 hipotesis yang akan diuji kebenarannya, yaitu :

1. Ada hubungan antara *psychologycal meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA
2. Ada hubungan negatif yang signifikan antara *psychologycal meaning of money* dengan perilaku konsumtif melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswa mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA yakni semakin tinggi *psychologycal meaning of money* yang dimiliki mahasiswa maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA, dan sebaliknya, semakin rendah *psychologycal meaning of money* yang dimiliki mahasiswa maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA
3. Ada hubungan positif antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif mahasiswa yaitu semakin tinggi konformitas kelompok maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA, dan sebaliknya, semakin rendah konformitas kelompok maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang diterapakan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi, untuk ditarik suatu kesimpulan (Sugiyono, 2013). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua variabel bebas dan satu variabel terkait yaitu:

1. Variabel Tergantung (Y) : Perilaku Konsumtif
2. Variabel Bebas(X) : 1. *Psychologycal meaning of money*
   2. Konformitas Kelompok

B. Definisi Operasional

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan tindakan mengkonsumsi barang atau jasa secara berlebihan yang mana tindakan mengkonsumsi tersebut bukan berdasarkan pada kebutuhan tetapi berdasarkan keinginan semata yang mengarah kepada pemborosan. Dalam penelitian ini perilaku konsumtif akan diukur menggunakan skala yang dibuat berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Fromm (1995), aspek-aspek tersebut meliputi: melakukan pembelian secara impulsif, pemborosan, tidak bernilai kebutuhan dan ingin lebih dari orang lain. Semakin tinggi skor subjek, maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki subjek. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah skor subjek, maka akan semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtif yang dimiliki subjek.

2. *Psychological Meaning of Money*

Psychological meaning of money merupakan persepsi seseorang terhadap uang atau bagaimana seseorang memaknai uang itu sendiri sesuai dengan pemahaman dan kepribadian yang dimiliki oleh masing-masing individu. Baik dan buruknya pemaknaan serta penggunaan uang tergantung bagaimana individu tersebut mempersepsikan uang tersebut. Dalam penelitian ini

psychological meaning of money yang akan diukur menggunakan skala yang diadaptasi dari Mita Meylina Rizki (2016) yang mana skala tersebut disusun berdasarkan dimensi dari Mickel, Mitchel, Dakin, dan Gray (Rizki et al., 2016) yaitu *value importance of money, personal involvement with money, time spent thinking about financial affairs, knowledge of financial affairs, comfort in taking financial risk, money as a source of power and status,* dan *skill at handling money.* Semakin tinggi skor yang didapatkan maka akan semakin tinggi pula pemaknaan terhadap uang oleh individu, sebaliknya semakin rendah skor yang didapatkan maka akan semakin rendah pemaknaan terhadap uang oleh individu.

3. Konformitas Kelompok

Konformitas kelompok merupakan sebuah upaya yang dilakukan individu agar mendapatkan pengakuan dari suatu kelompok dengan cara melakukan penyesuaian perilaku yang akan menghindarkan individu tersebut dari penolakan dalam kelompok. Dalam penelitian ini konformitas kelompok akan diukur menggunakan skala yang dibuat berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Sears dkk (Vatmawati, 2019) yaitu aspek kekompakan, kesepakatan dan ketaatan. Semakin tinggi skor yang didapatkan maka semakin tinggi pula konformitas disebuah kelompok, sebaliknya semakin rendang skor skala yang didapatkan maka semakin rendah pula konformitas yang ada dikelompok tersebut.

C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Ismiyanto populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa; orang, benda, suatu hal yang di dalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (data) penelitian (Siyoto & Sodik, 2015). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas

Psikologi angkatan 2017-2019 Universitas Islam Sultan Agung Semarang. Berikut merupakan pemaparan data jumlah mahasiswa angkatan 2017-2019 pada semester gasal 2021/2022 yang didapatkan dari staff administrasi Fakultas Psikologi:

Tabel 1. Jumlah Mahasiswa Aktif Fakultas Psikologi

No	Angkatan	Data Mahasiswa Aktif Per Kelas			Jumlah
		A	B	C	
1.	2017	25	26	21	72
2.	2018	40	42	39	121
3.	2019	54	52	52	158
Total					**351**

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. Sudjana & Ibrahim: menyatakan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi terjangkau yang memiliki sifat yang sama dengan populasi (Siyoto & Sodik, 2015)

3. Teknik pengambilan sampel

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *cluster random sampling. Cluster random sampling* digunakan untuk menentukan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas. Untuk menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampelnya berdasarkan area populasi yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020). Cluster random sampling ditentukan berdasarkan angkatan yaitu angkatan 2017, 2018, dan 2019 dimana selanjutnya dilakukan pengacakan pada keseluruhan angkatan dengan mengunakan *random picker* dan didapatkan angkatan 2018 sebagai sampel penelitian.

D. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan cara memberikan skala *psychological meaning of money*, skala konformitas dan skala perilaku konsumtif kepada subjek penelitian yaitu Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017-2019 UNISSULA.

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala yang digunakan untuk mengungkap perilaku konsumtif seorang individu yaitu skala perilaku konsumtif yang disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif dari Formm (1995) yaitu melakukan pembelian impulsif, pemborosan, tidak bernilai kebutuhan dan ingin lebih dari orang lain. Skala perilaku konsumtif ini terdiri dari item favorabel dan item unfavorabel. Skala ini memiliki 4 alternatif jawaban dengan skor yang berbeda, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Penilaian aitem favorabel yaitu 4 untuk jawaban sangat sesuai (SS), 3 untuk jawaban sesuai (S), 2 untuk jawaban tidak sesuai (TS) dan 1 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS). Penilaian aitem unfavorabel yaitu 1 untuk jawaban sangat sesuai (SS), 2 untuk jawaban sesuai (S), 3 untuk jawaban tidak sesuai (TS) dan 4 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS).

Tabel 2. Blueprint Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek Perilaku Konsumtif	*Favourable*	*Unfavourable*	Total
1	Pembelian impulsive	6	6	12
2	Pemborosan	6	6	12
3	Tidak bernilai kebutuhan	6	6	12
4	Ingin lebih dari orang lain	6	6	12
	Jumlah Aitem	24	24	48

2. Skala *Psychologycal Meaning Of Money*

Skala yang digunakan untuk mengungkap *psychologycal meaning of money* yaitu skala *psychologycal meaning of money* yang diadaptasi dari Mita Meylina Rizki (2016) yang mana skala tersebut disusun berdasarkan dimensi dari Mickel, Mitchel, Dakin, dan Gray (Rizki et al., 2016) yaitu *value importance of money, personal involvement with money, time spent thinking*

about financial affairs, knowledge of financial affairs, comfort in taking financial risk, money as a source of power and status, dan *skill at handling money.* Skala *psychologycal meaning of money* mendapat hasil koefisiensi reliabilitas sebesar 0,911 dengan jumlah item 27 yang mana 26 item memiliki indeks daya beda yang tinggi sedangkan 1 item memiliki indeks daya beda item yang rendah. Alat ukur ini pernah diujikan pada 122 karyawan Bank BRI Cabang Slawi. Skala *psychologycal meaning of money* ini kemudian jumlah aitem pada favorabel dan unfavorabel disesuaikan atau ditambah jumlahnya menjadi 21 aitem untuk favorabel dan 21 aitem pada unfavorabel serta kalimat pernyataan aitem disesuaikan supaya lebih mudah dipahami oleh mahasiswa. Skala *Psychological meaning of money* terdiri dari aitem favorabel dan aitem unfavorabel. Skala ini memiliki 4 alternatif jawaban dengan skor yang berbeda, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Penilaian aitem favorabel yaitu 4 untuk jawaban sangat sesuai (SS), 3 untuk jawaban sesuai (S), 2 untuk jwaban tidak sesuai (TS) dan 1 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS). Penilaian aitem unfavorabel yaitu 1 untuk jawaban sangat sesuai (SS), 2 untuk jawaban sesuai (S), 3 untuk jawaban tidak sesuai (TS) dan 4 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS).

Tabel 3. Blueprint Skala *Psychological Meaning of Money*

No	Aspek Skala *Psychological Meaning Of Money*	Favorabel	Unfavorabel	Total
1	*Value Importance of Money*	3	3	6
2	*Personal Involment with Money*	3	3	6
3	*Time Spent Thinking about Financial Affairs*	3	3	6
4	*Knowledge of Financial Affairs*	3	3	6
5	*Comfort in Taking Financial Risk*	3	3	6
6	*Money as a Source of Power and Status*	3	3	6
7	*Skill at Handling Money*	3	3	6
	Jumlah Aitem	21	21	42

3. Skala Konformitas Kelompok

Skala yang digunakan untuk mengungkap konformitas kelompok yaitu skala konformitas yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Sears dkk (Vatmawati, 2019) yaitu aspek kekompakan, kesepakatan dan ketaatan. Skala konformitas ini terdiri dari item favorabel dan item unfavorabel. Skala ini memiliki 4 alternatif jawaban dengan skor yang berbeda, yaitu sangat sesuai (SS), sesuai (S), tidak sesuai (TS) dan sangat tidak sesuai (STS). Penilaian aitem favorabel yaitu 4 untuk jawaban sangat sesuai (SS), 3 untuk jawaban sesuai (S), 2 untuk jawaban tidak sesuai (TS) dan 1 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS). Penilaian aitem unfavorabel yaitu 1 untuk jawaban sangat sesuai (SS), 2 untuk jawaban sesuai (S), 3 untuk jawaban tidak sesuai (TS) dan 4 untuk jawaban sangat tidak sesuai (STS).

Tabel 4. Blueprint Skala Konformitas Kelompok

No	Aspek Perilaku Konsumtif	*Favourable*	*Unfavourable*	Total
1	Kekompakan	6	6	12
2	Kesepakatan	6	6	12
3	Ketaatan	6	6	12
	Jumlah Aitem	18	18	36

E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem Dan Reliabilitas Alat Ukur

1. Validitas

Valid memiliki arti tepat dan cermat mencapai sasaran, jika dalam pengukuran berarti berhasil mengukur secara akurat (Azwar, 2019). Menurut (Sugiyono, 2020) validitas merupakan ketepatan suatu instrumen dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sehingga alat ukur tersebut mampu mendapatkan data dengan valid. Uji validitas penelitian ini yaitu *content validity* (validitas isi), yaitu pengujian validitas yang dilakukan dengan mambandingkan antara isi instrumen dengan isi atau rancangan yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2020) dan dalam hal ini dilakukan melalui *expert judgement* yaitu dosen pembimbing.

2. Uji Daya Beda Aitem

Daya beda atau daya diskriminasi aitem adalah sejauh mana item mampu membedakan antara individu atau kelompok individu yang memiliki dan tidak memiliki atribut yang diukur (Azwar, 2019) Indeks daya diskriminasi aitem merupakan indikator keselarasan atau konsistensi antara fungsi item dengan fungsi aitem-total. Pengujian daya diskriminasi aitem dilakukan dengan cara menghitung koefisien korelasi antara distribusi skor item dengan distribusi skor skala itu sendiri. Komputasi ini akan menghasilkan koefisien korelasi aitem-total (Azwar, 2019).

Batasan pemilihan item didasarkan pada korelasi item-total yaitu rix > 0,30 dengan penjelasan item yang mencapai koefisien korelasi tersebut dianggap memiliki daya beda yang memuaskan. Item yang memiliki rix dibawah 0,30 diinterpretasikan sebagai item yang memiliki daya beda rendah. Sebaliknya, apabila jumlah item yang lolos ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat dipertimbangkan untuk menurunkan sedikit batas kriteria menjadi 0,25 (Azwar, 2019).

Uji diskriminasi item dalam penelitian ini dihitung menggunakan teknik korelasi *product moment* untuk mengetahhui analisis uji daya beda item menggunakan bantuan IBM SPSS Statistic versi 22.0.

3. Reliabilitas alat ukur

Reliabilitas merupakan suatu yang dapat dipercaya, jika dalam pengukuran berarti memiliki konsistensi hasil ukur. Konsep reliabilitas menunjuk kepada taraf kepercayaan atau taraf konsistensi hasil ukur (Azwar, 2019). Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2020). Hasil uji reliabilitas dapat dikatakan reliabel jika menunjukkan angka 0-1,00. Semakin mendekati nilai 1,00, maka pengukuran tersebut dikatakan semakin reliabel. Pengujian koefisien reliabilitas menggunakan *alpha cronbach* dengan program IBM SPSS Statistics versi 22.0

F. Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi ganda dua prediktor yang berguna untuk mengetahui hubungan antara dua prediktor variabel *independen* (X1 dan X2) dengan variabel dependen (Y). Tujuannya adalah untuk memprediksi keadaan variabel tergantung, jika dihadapkan dengan dua ataupun lebih variabel bebas sebagai faktor prediktor (Sugiyono, 2020). Analisis data dalam penelitian ini menggunakan program *IBM SPSS* versi 22.0.

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kecah dan Persiapan Penelitian

1. Orientasi Kancah Penelitian

Orientasi kancah penelitian merupakan proses awal yang akan dilakukan oleh peneliti sebelum melakukan penelitian, agar dapat mempersiapkan hal yang diperlukan saat proses penelitian berlangsung. Adanya tahapan awal yaitu menentukan lokasi penelitian yang tepat didasari oleh karakteristik populasi. Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang beralamat di Jalan Raya Kaligawe KM 4, Kota Semarang, Jawa Tengah.

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung didirikan pada tanggal 29 Juli 1999 melalui SK Dirjen Dikti No.369/Dikti/Kep/1999. Penyerahan SK dilaksanakan bersamaan dengan Dies Natalis dan Wisuda Sarjana yang ke 37. Surat izin untuk penyelenggaran Fakultas Psikologi dapat diperpanjang berdasarkan surat Dikti pada 10 Maret 2005 dengan Nomor 988/D/T/2005, selanjutnya Fakultas Psikologi mengajukan Akreditasi ke BAN-PT pada tahun 2007 dan mendapatkan hasil atau status akreditasi BAN-PT nomor: 013/BAN-PT/AK-X/VI/2007 dengan nilai B pada 16 Juni 2007. Fakultas Psikologi UNISSULA memiliki tiga bagian diantaranya yaitu: a. Bagian Psikologi Sosial, Psikologi Industri Organisasi, b. Bagian Psikologi Umum, eksperimen dan Psikologi klinis c. Bagian Psikologi perkembangan dan Psikologi pendidikan. Terdapat jumlah 851 mahasiswa aktif Fakultas Psikologi untuk tahun akademik 2020/2021 semester gasal dari angkatan 2013 sampai 2020 dan terdiri 18 dosen pengajar di Fakultas Psikologi dengan dilengkapati sejumlah fasilitas diantaranya terdiri dari ruang kelas, laboratorium psikodiagnostik, ruang tes individu, kamar mandi, perpustakaan dll. Setiap ruang kelas Fakultas Psikologi terdapat fasilitas seperti meja dosen, kursi kuliah, LCD,OHP, *black board*, AC dan sound sistem.

Tahap awal dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara terlebih dahulu kepada 4 mahasiswa aktif Fakultas Psikologi terkait dengan perilaku konsumtif, selanjutnya peneliti meminta data untuk keperluan penelitian beserta jumlah mahasiswa aktif yang telah disesuaikan berdasarkan kriteria agar dapat menetapkan jumlah populasi dan sampel. Tahapan berikutnya adalah peneliti mencari hasil penelitian terdahulu dan data lain yang diperlukan serta teori-teori untuk dijadikan landasan penelitian.

Beberapa pertimbangan peneliti memilih Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung untuk dijadikan lokasi penelitian sebagai berikut:

a. Penelitian mengenai hubungan antara *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017-2019 Universitas Islam Sultan Agung belum pernah dilakukan dilokasi tersebut.
b. Karakteristik dan jumlah subjek sesuai dengan syarat yang telah disepakati dalam peneltian
c. Adanya izin dari dari pihak Fakultas untuk melakukan penelitian ini.
d. Adanya permasalahan mengenai *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017-2019 Universitas Islam Sultan Agung

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memutuskan untuk melaksanakan penelitian terkait hubungan *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok sebagai perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017-2019 Universitas Islam Sultan Agung.

2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

Persiapan penelitian perlu dilakukan dengan sungguh-sungguh saat akan melaksanakan penelitian agar berjalan lancar dan meminimalisir terjadinya kesalahan saat melakukan penelitian. Terdapat beberapa persiapan dalam penelitian seperti membuat surat izin untuk penelitian di tata usaha

Fakultas Psikologi, penyusunan alat ukur, uji coba alat ukur dan reliabilitas alat ukur, yang akan dipaparkan dibawah ini sebagai berikut:

a. Persiapan Perizinan

Surat perizinan merupakan syarat wajib sebelum melakukan penelitian yang harus dipenuhi. Peneliti membuat surat perizinan untuk melakukan penelitian di Fakultas Psikologi UNISSULA yang nantinya akan ditujukan untuk mahasiswa yang masih aktif di Fakultas Psikologi untuk angkatan 2017-2019 UNISSULA. Lalu peneliti mengajukan surat ke tata usaha Fakultas Psikologi pada tanggal 16 September 2021 agar dapat segera diproses, setelah itu pada tanggal 16 September 2020 peneliti mendapatkan surat izin penelitian, peneliti mengajukan surat perizinan penelitian ke tata usaha Fakultas Psikologi guna meminta data mahasiswa aktif Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA.

b. Penyusunan Alat Ukur

Alat ukur adalah alat yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data. Susunan alat ukur berdasarkan dari urutan aspek-aspek yang didalamnya terdapat indikator yang telah dijabarkan dari variabel tertentu. Penelitian ini menggunakan tiga skala yaitu *psychological meaning of money*, konformitas kelompok dan perilaku konsumtif.

Pada setiap skala tersebut terdapat aitem *favorable* dan *unfavorable*. Aitem tersebut memiliki 4 pilihan jawaban yaitu Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Penilaian untuk aitem favorabel yakni jika responden menjawab pernyataan dengan jawaban sangat sesuai (SS) maka akan mendapatkan skor 4, sesuai (S) memperoleh skor 3, tidak sesuai (TS) akan mendapat skor 2 dan sangat tidak sesuai (STS) dengan skor 1. Sedangkan penilaian aitem unfavorabel yaitu untuk jawaban sangat sesuai (SS) memperoleh skor 1, sesuai (S) mendapatkan skor 2, tidak sesuai (TS) mendapatkan skor 3 dan sangat tidak sesuai (STS) dengan skor 4. Terdapat penjelasan

skala yang akan digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini sebagai berikut:

1) Skala Perilaku Konsumtif

Skala yang digunakan untuk mengungkap perilaku konsumtif seorang individu yaitu skala perilaku konsumtif yang disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif dari Formm (1995) yaitu melakukan pembelian impulsif, pemborosan, tidak bernilai kebutuhan dan ingin lebih dari orang lain. Terdapat 48 aitem yang terdiri dari 24 aitem favorabel dan 24 aitem unfavorabel pada skala perilaku konsumtif. Berikut adalah sebaran aitem perilaku konsumtif:

Tabel 5. Sebaran Aitem Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek	*Favorable*	*Unfavorable*	Jumlah
1	Pembelian impulsif	1,2,17,18,33,34	9,10,25,26,41,42	12
2	Pemborosan	3,4,19,20,35,36	11,12,27,28,43,44	12
3	Tidak bernilai kebutuhan	5,6,21,22,37,38	13,14,29,30,45,46	12
4	Ingin Lebih dari Orang Lain	7,8,23,24,39,40	15,16,31,32,47,48	12
	TOTAL	24	24	48

2) Skala *Psychologycal Meaning of Money*

Skala yang digunakan untuk mengungkap *psychologycal meaning of money* yaitu skala *psychologycal meaning of money* yang disusun berdasarkan dimensi dari Mickel, Mitchel, Dakin, dan Gray (Rizki et al., 2016) yaitu *value importance of money, personal involvement with money, time spent thinking about financial affairs, knowledge of financial affairs, comfort in taking financial risk, money as a source of power and status,* dan *skill at handling money.* Terdapat 42 aitem yang terdiri dari 21 aitem favorabel dan 21 aitem unfavorabel pada skala *psychological meaning of money*. Berikut adalah sebaran aitem *psychological meaning of money*:

Tabel 6. Sebaran Aitem Skala *Psychological Meaning Of Money*

No	Aspek Skala *Psychological Meaning Of Money*	*Favorable*	*Unfavorable*	Total
1	*Value Importance of Money*	1,15,29	8,22,36	6
2	*Personal Involment with Money*	2,16,30	9,23,37	6
3	*Time Spent Thinking about Financial Affairs*	3,17,31	10,24,38	6
4	*Knowledge of Financial Affairs*	4,18,32	11,25,39	6
5	*Comfort in Taking Financial Risk*	5,19,33	12,26,40	6
6	*Money as a Source of Power and Status*	6,20,34	13,27,41	6
7	*Skill at Handling Money*	7,21,35	14,28,42	6
	Jumlah Aitem	21	21	42

3) Skala Konformitas Kelompok

Skala yang digunakan untuk mengungkapkan konformitas kelompok yaitu skala konformitas yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Sears dkk (Vatmawati, 2019) yakni aspek kekompakan, kesepakatan, ketaatan. Terdapat 36 aitem yang terdiri dari 18 aitem favorable dan 18 aitem unfavorable pada skala konformitas kelompok. Berikut adalah sebaran aitem konformitas kelompok:

Tabel 7. Sebaran Aitem Konformitas Kelompok

No	Aspek	*Favorable*	*Unfavorable*	Jumlah
1	Kekompakan	1,2,13,14,25,26	7,8,19,20,31,32	12
2	Kesepakatan	3,4,15,16,27,28	9,10,21,22,33,34	12
3	Ketaatan	5,6,17,18,29,30	11,1223,24,35,36	12
	TOTAL	18	18	36

c. Uji Coba Alat Ukur

Tujuan dari adanya uji coba yang dilakukan pada alat ukur Psikologi yaitu guna mengetahui serta mengukur keakuratan atau reliabilitas alat ukur dan daya beda pada setiap aitem sebelum dilakukan penelitian. Peneliti melakukan uji coba alat ukur pada hari Kamis, 21 Oktober 2021 sampai 22 November 2021. Penyebaran skala *try out* menggunakan *google form* dengan link https://forms.gle/jcGSsmcUpPrw6J6YA yang dibagikan kepada mahasiswa angkatan 2017 dan 2019 melalui grup kelas, grup angkatan dan via *personal chat* melalui media *Whatssapp*Setelah pengumpulan data menggunakan skala selesai, kemudian peneliti melaksanakan uji coba daya beda aitem serta reliabilitas alat ukur atau skala menggunakan program SPSS versi 22.0.

d. Uji Coba Daya Beda Aitem Dan Reliabilitas Alat Ukur

Uji daya beda aitem dan estimasi reliabilitas alat ukur memiliki tujuan untuk mengetahui sejauhmana aitem mampu membedakan antara individu yang mempunyai dan tidak mempunyai atribut yang diteliti atau diukur. Setelah data hasil uji coba daya beda aitem diperoleh, langkah selanjutnya adalah melakukan penskoran terhadap skala perilaku konsumtif, skala *psychological meaning of money* dan skala konformitas kelompok. Hasil yang didapatkan dari skala tersebut sebagai berikut:

a) Skala Perilaku Konsumtif

Hasil pada pengujian daya beda aitem dari skala perilaku konsumtif terhadap 125 mahasiswa dalam skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 48 aitem diperoleh 40 aitem dengan daya beda tinggi. Koefisien korelasi yang digunakan yaitu ≥ 0,25. Koefisiensi korelasi daya beda aitem dalam skala ini berkisar antara 0,259 – 0,652. Hasil estimasi reliabilitas skala perilaku konsumtif dengan teknik *alpha cronbach* menghasilkan reliabilitas 0,930 dari 40 aitem. Berikut ini paparan aitem berdaya beda tinggi serta berdaya beda rendah:

Tabel 8. Skala Perilaku Konsumtif

No	Aspek	*Favorable*	*Unfavorable*	Jumlah
1	Pembelian impulsif	1*,2,17,18,33*,34	9*,10*,25,26,41,42	12
2	Pemborosan	3*,4,19,20,35,36	11,12*,27*,28,43,44	12
3	Tidak bernilai kebutuhan	5,6,21,22,37,38	13,14,29,30,45,46	12
4	Ingin Lebih dari Orang Lain	7,8,23,24,39,40	15,16,31*,32,47,48	12
	TOTAL	24	24	48

Keterangan *) = Aitem berdaya beda rendah

b) Skala *Psychological Meaning Of Money*

Hasil Pada pengujian daya beda aitem terhadap 125 mahasiswa dalam skala *psychological meaning of money* yang terdiri dari 42 aitem diperoleh 16 aitem dengan daya beda tinggi. Koefisien korelasi yang digunakan yaitu ≥ 0,25. Koefisiensi korelasi daya beda aitem dalam skala ini berkisar antara 0,252 – 0,414. Hasil estimasi reliabilitas skala *psychological meaning of money* dengan teknik *alpha cronbach* menghasilkan reliabilitas 0,748 dari 16 aitem. Berikut ini paparan aitem berdaya beda tinggi serta berdaya beda rendah:

Tabel 9. Skala *Psychological Meaning of Money* (*Try Out* 1)

No	Aspek Skala *Psychological Meaning Of Money*	*Favorable*	*Unfavorable*	Total
1	*Value Importance of Money*	1,15,29	8*,22*,36*	3
2	*Personal Involment with Money*	2*,16,30	9*,23*,37*	2
3	*Time Spent Thinking about Financial Affairs*	3,17*,31*	10*,24,38	3
4	*Knowledge of Financial Affairs*	4*,18*,32*	11,25*,39*	1
5	*Comfort in Taking Financial Risk*	5,19*,33*	12*,26*,40*	1
6	*Money as a Source of Power and Status*	6,20,34	13*,27,41*	4
7	*Skill at Handling Money*	7,21,35*	14*,28*,42*	2
	Jumlah Aitem	12	4	16

Keterangan *) = Aitem berdaya beda rendah

Dari Hasil paparan daya beda aitem diatas penulis memutuskan untuk melakukan perbaikan terhadap aitem yang memiliki daya beda rendah kemudian aitem tersebut diuji cobakan kembali pada 125 mahasiswa. Hasil dari pengujian daya beda aitem tersebut menghasilkan 23 aitem dengan daya beda aitem tinggi. Koefisiensi korelasi daya beda aitem dalam skala ini berkisar antara 0,253 – 0,484. Hasil estimasi reliabilitas skala *psychological meaning of money* dengan teknik *alpha cronbach* menghasilkan reliabilitas 0,803 dari 23 aitem. Berikut ini paparan aitem berdaya beda tinggi serta berdaya beda rendah:

Tabel 10. Skala *Psychological Meaning of Money* (*Try Out* 2)

No	Aspek Skala *Psychological Meaning of Money*	*Favorable*	*Unfavorable*	Total
1	*Value Importance of Money*	1,15,29	8*,22*,36*	3
2	*Personal Involment with Money*	2,16*,30*	9,23,37*	3
3	*Time Spent Thinking about Financial Affairs*	3*,17,31	10*,24*,38*	2
4	*Knowledge of Financial Affairs*	4,18*,32*	11*,25,39	3
5	*Comfort in Taking Financial Risk*	5,19*,33	12,26,40	5
6	*Money as a Source of Power and Status*	6,20*,34	13,27*,41*	3
7	*Skill at Handling Money*	7*,21*,35	14,28,42	4
	Total	12	11	23

Keterangan *) = Aitem berdaya beda rendah

c) Skala Konformitas Kelompok

Menurut hasil pengujian daya beda aitem dari skala konformitas kelompok terhadap 125 mahasiswa Psikologi unissula angkatan 2017 dan 2019 dengan 36 aitem. Hasil perhitungan menunjukkan bahwa terdapat 24 aitem berdaya beda tinggi. Koefisien korelasi yang digunakan yaitu ≥ 0,25. Koefisiensi korelasi daya beda aitem dalam skala ini berkisar antara 0,281 – 0,568. Estimasi reliabilitas perilaku

konsumtif dengan teknik *alpha cronbach* menghasilkan reliabilitas 0,875 dari 24 aitem. Berikut ini paparan aitem berdaya beda tinggi serta berdaya beda rendah:

Tabel 11. Skala Konformitas Kelompok

No	Aspek	*Favorable*	*Unfavorable*	Jumlah
1	Kekompakan	1,2,13*,14*,25,26	7*,8,19,20*,31*,32*	6
2	Kesepakatan	3,4,15,16,27,28	9,10*,21,22,33*,34	10
3	Ketaatan	5,6*,17,18,29,30	11,12*23*,24,35*,36	8
	TOTAL	15	9	24

e. Penomoran Ulang Skala

Peneliti melakukan penomoran ulang skala dari aitem-aitem berdaya beda aitem tinggi sebelum peneliti melakukan penelitian. Sebarann aitem skala yang telah disusun kembali dari variabel perilaku konsumtif, *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok sebagai berikut:

Tabel 12. Penomoran Ulang Skala Perilaku Konsumtif

No	**Aspek**	***Favorable***	***Unfavorable***	**Jumlah**
1	Pembelian impulsif	2(1),17(12),18(13), 34(26)	25(20),26(21), 41(33),42(34)	8
2	Pemborosan	4(2),19(14),20(15), 35(27),36(28)	11(7),28(22), 43(35),44(36)	9
3	Tidak bernilai kebutuhan	5(3),6(4),21(16), 22(17),37(29), 38(30)	13(8),14(9),29(23), 30(24),45(37), 46(38)	12
4	Ingin Lebih dari Orang Lain	7(5),8(6),23(18), 24(19),39(31), 40(32)	15(10),16(11), 32(25),47(39), 48(40)	11
	TOTAL	**24**	**24**	**40**

Keterangan: ( ) merupakan penomoran baru untuk penelitian

Tabel 13. Penomoran Ulang Skala *Psychological Meaning of Money*

No	Aspek Skala *Psychological Meaning Of Money*	*Favorable*	*Unfavorable*	Total
1	*Value Importance of Money*	1(1),15(10),29(16)		3
2	*Personal Involment with Money*	2(2)	9(6),23(12)	3
3	*Time Spent Thinking about Financial Affairs*	17(11),31(17)		2
4	*Knowledge of Financial Affairs*	4(3)	25(13),39(21)	3
5	*Comfort in Taking Financial Risk*	5(4),33(18)	12(7),26(14), 40(22)	5
6	*Money as a Source of Power and Status*	6(5),34(19)	13(8)	3
7	*Skill at Handling Money*	35(20)	14(9),28(15), 42(23)	4
	Jumlah Aitem	**12**	**11**	**23**

Keterangan: ( ) merupakan penomoran baru untuk penelitian

Tabel 14. Penomoran Ulang Skala Konformitas Kelompok

No	Aspek	*Favorable*	*Unfavorable*	Jumlah
1	Kekompakan	1(1),2(2),25(17),26(18)	8(6),19(13)	6
2	Kesepakatan	3(3),4(4),15(9),16(10), 27(19),28(20)	9(7),21(14),22(15), 34(23)	10
3	Ketaatan	5(5),17(11),18(12), 29(21),30(22)	11(8),24(16), 36(24)	8
	TOTAL	**15**	**9**	**24**

Keterangan: ( ) merupakan penomoran baru untuk penelitian

B. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian dilaksanakan pada tanggal 23 November sampai 29 November 2021. Pengambilan jumlah sampel ditentukan menggunakan teknik *Cluster Random Sampling* dimana sebanyak 121 mahasiswi aktif Psikologi angkatan 2018 terpilih menjadi subjek penelitian. Adapun pelaksanaan penelitian dilakukan oleh peneliti melalui grup whatsapp masing-masing kelas maupun grup angkatan dengan bantuan beberapa mahasiswa untuk menyebarkan skala penelitian. Penelitian ini menggunakan bantuan google form dengan link https://forms.gle/tiVceVypGMtq2B3X7 . Dari penyebaran skala yang sudah dilakukan, terdapat 121 subjek dan yang telah

mengisi skala penelitian sebanyak 92 mahasiswa. Dari data penelitian yang terkumpul peneliti memberi skor pada masing-masing aitem sesuai ketentuan dan dilakukan analisis untuk mengetahui hubungan keterkaitan antar variabel dengan menggunakan SPSS versi 22.0.

C. Analisis Data dan Hasil Pembahasan

1. Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan guna menentukan analisis yang akan digunakan dalam menguji hasil penelitian yang mencakup uji normalitas, uji linearitas, dan uji multikolinearitas.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dapat menentukan jika data normal ataupun tidak normal. *One Sample Kolmogorov-Smirnov-Z* merupakan teknik untuk menentukan tingkat signifikansi 0,05 dalam uji normalitas. Suatu data dikatakan normal apabila memiliki distribusi > 5% atau 0,05.

Tabel 15. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Mean	Std. Deviasi	KS-Z	Sig.	P	Ket
Perilaku Konsumtif	82,28	18.767	1,076	0.197	>0.05	Normal
Psychological Meaning of Money	65.23	6.483	1,346	0.053	>0.05	Normal
Konformitas Kelompok	61,61	8.647	1,145	0.146	>0.05	Normal

b. Uji Linearitas

Uji linearitas mempunyai tujuan untuk mengetahui linear atau tidaknya antar variabel yang diteliti. Uji linearitas dalam penelitian ini menggunakan uji F dengan bantuan SPSS versi 22.0. Hasil analisis uji linearitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Uji linearitas antara perilaku konsumtif dengan *psychological meaning of money* diperoleh koefisien F_{linear} = 0,948 dengan taraf signifikansi p= 0,545 (p>0,05). Hasil tersebut menyatakan bahwa hubungan perilaku konsumtif dengan *psychological meaning of money* adalah tidak linear atau persamaan dua variabel tidak membentuk garis lurus.
2) Uji linearitas antara perilaku konsumtif dengan konformitas kelompok diperoleh koefisien F_{linear} = 1,595 dengan taraf signifikansi p= 0,063 (p>0,05). Hasil tersebut menyatakan bahwa hubungan perilaku konsumtif dengan konformitas kelompok adalah tidak linear atau persamaan dua variabel tidak membentuk garis lurus.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji ada tidaknya berhubungan antara variabel bebas pada model regresi. Pedoman uji multikolinearitas adalah mempunyai nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dengan batas 0,1. Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai tolerance = 0,963 (>0,1) dan nilai VIF = 1,039 (<10). Hasil ini dapat menunjukkan bahwa tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas pada penelitian ini.

2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi ganda dua prediktor dan analisis korelasi parsial. Teknik analisis regresi dua prediktor digunakan untuk mengetahui hubungan secara bersama-sama antara *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif, sedangkan teknik analisis korelasi parsial digunakan untuk menguji hubungan antar variabel bebas dan variabel tergantung, dimana salah satu variabel bebas akan dikendalikan.

a. Hipotesis Pertama

Berdasarkan hasil uji korelasi yang telah dilakukan, diperoleh koefisien korelasi R = 0,588 dan F = 23,542 dengan p = 0,000

(p<0,01). Hasil tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017-2019 UNISSULA.

Persamaan garis regresi pada penelitian ini mempunyai tujuan guna mengetahui nilai prediksi variabel-variabel, baik variabel bebas maupun tergantung. Penelitian ini diperoleh hasil pada variabel *psychological meaning of money* -0,158 serta konformitas kelompok 1,294 dengan nilai konstan 12,846. Persamaan garis regresi yang didapatkan Y = -0,158X1+1,294X2+12,846 sehingga dapat didefinisikan bahwa rata-rata skor perilaku konsumtif (Y) pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang akan mengalami perubahan pada -0,158 pada perubahan *psychological meaning of money* (X1) serta akan mengalami perubahan pada 1,294 pada perubahan konformitas kelompok (X2).

Psychological meaning of money dan konformitas kelompok pada penelitian ini memberikan sumbangan efektif sebesar 34,6% yang dapat diamati dari koefisien determinasi (r2) sebesar 0,346.

b. Hipotesis Kedua

Berdasarkan hasil uji korelasi parsial yang ditelah dilakukan antara variabel *psychological meaning of money* terhadap perilaku konsumtif dengan variabel kontrol konformitas kelompok diperoleh koefisien korelasi rx_1y = -0,066 dengan taraf signifikansi p = 0,534 (p>0,01). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, tidak terdapat hubungan antara *psychological meaning of money* terhadap perilaku konsumtif melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Angkatan 2017-2019 UNISSULA.

c. Hipotesis Ketiga

Berdasarkan hasil uji korelasi parsial yang ditelah dilakukan antara variabel konformitas kelompok terhadap variabel perilaku konsumtif

dengan variabel kontrol *psychological meaning of money* diperoleh koefisien korelasi rx_2y= 0,586 dengan taraf signifikansi p = 0,000 (p<0,01). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif, sehingga hipotesis ketiga diterima. Semakin tinggi konformitas kelompok, maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

D. Deskkripsi Variabel Peneltian

Deskripsi data mempunyai tujuan untuk memberikan gambaran terkait deskripsi skor skala pada kelompok subjek yang dijadikan pengukuran. Hal ini juga berfungsi untuk mengetahui informasi mengenai keadaan responden pada variabel yang diteliti. Kategorisasi subjek secara normatif yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan model distribusi normal. Tujuan pembuatan kategorisasi adalah menempatkan individu kedalam kelompok-kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut kontinum berdasarkan atribut yang diukur (Azwar, 2012).

Distribusi normal terbagi menjadi enam bagian atau enam satuan standar deviasi (Azwar, 2012). Tiga bagian terdapat di sebelah kiri mean (bertanda negatif) dan tiga bagian berada di sebelah kanan (bertanda positif). Adapun distribusi normal kelompok subjek dalam penelitian ini dibagi atas lima satuan deviasi, sehingga diperoleh 6/5 = 1,2. Adapun norma kategorisasi yang digunakan adalah:

Tabel 16. Norma Kategorisasi Skor

Rentang Skor	Kategorisasi
$\mu + 1{,}5\ \sigma < \chi$	Sangat Tinggi
$\mu + 0{,}5\ \sigma < \chi \leq \mu + 1{,}5\ \sigma$	Tinggi
$\mu - 0{,}5\ \sigma < \chi \leq \mu + 0{,}5\ \sigma$	Sedang
$\mu - 1{,}5\ \sigma < \chi \leq \mu - 0{,}5\ \sigma$	Rendah
$\chi \leq \mu - 1{,}5\ \sigma$	Sangat Rendah

Keterangan: X = Skor yang diperoleh

μ = Mean

σ = Standar deviasi hipotetik

1. **Deskripsi Data Skor Perilaku Konsumtif**

Skala perilaku konsumtif memiliki 40 aitem berdaya beda tinggi dan setiap aitem mendapat skor antara 1 hingga 4. Skor minimum yang dapat diperoleh responden yaitu 40 didapatkan dari (40 x 1) dengan skor maksimum yang dapat diperoleh responden yaitu 160 didapatkan dari (40 x 4). Sedangkan rentang skor skala sebanyak 120 berdasarkan pada skor maksimum dikurangi skor minimum (160-40) dan dibagi dengan lima deviasi standar sehingga diperoleh skor standar deviasi sebanyak 24 berdasarkan ((160-40): 5). Mean hipotetik sebesar 100 berasal dari ((160 + 40): 2). Deskripsi skor skala perilaku konsumtif berdasarkan hasil penelitian diperoleh skor minimum empirik sebanyak 44, skor maksimum empirik sebanyak 139, mean empirik sebanyak 82,28 serta serta standar deviasi empirik sebanyak 9,197. Deskripsi skor skala perilaku konsumtif sebagai berikut:

Tabel 17. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	44	40
Skor Maksimum	139	160
Mean (M)	82,23	100
Standar Deviasi (SD)	18,767	24

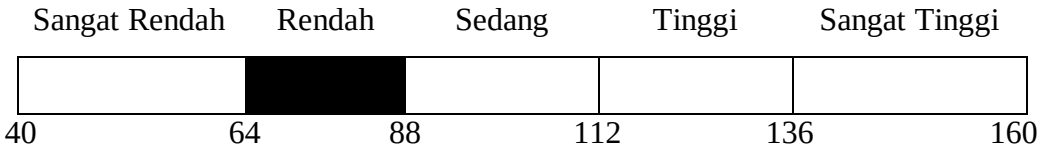
Berdasarkan norma kategorisasi dengan distribusi normal kelompok subjek, dapat dilihat mean empirik lebih kecil daripada mean hipotetik yaitu 82,23<100. Distribusi kategorisasi skor pada skala perilaku konsumtif dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 18. Kategorisasi Skor Subjek Pada Skala Perilaku Konsumtif

Kategorisasi	Rentang Skor	Jumlah Subjek	Presentase
Sangat Tinggi	136-160	1	1%
Tinggi	112-136	7	8%
Sedang	88-112	23	25%
Rendah	64-88	47	51%
Sangat Rendah	40-64	14	15%
Jumlah		92	100%

Berdasarkan kategorisasi tersebut menunjukkan terdapat 14 subjek yang memperoleh skor sangat rendah, 47 subjek yang memperoleh skor

rendah, 23 subjek memperoleh skor sedang, 7 subjek memperoleh skor tinggi, dan 1 subjek memperoleh skor sangat tinggi. Rentang skor perilaku konsumtif sebagai berikut:



Gambar 1. Rentang Skor Skala Perilaku Konsumtif

2. Deskripsi Data Skor *Psychological Meaning of Money*

Skala *Psychological Meaning of money* memiliki 23 aitem berdaya beda tinggi dan setiap aitem mendapat skor antara 1 hingga 4. Skor minimum yang dapat diperoleh responden yaitu 23 didapatkan dari (23 x 1) dengan skor maksimum yang dapat diperoleh responden yaitu 92 didapatkan dari (23 x 4). Sedangkan rentang skor skala sebanyak 69 berdasarkan pada skor maksimum dikurangi skor minimum (92-23) dan dibagi dengan lima deviasi standar sehingga diperoleh skor standar deviasi sebanyak 13,8 berdasarkan ((92-23): 5). Mean hipotetik sebesar 57,5 berasal dari ((92 + 23): 2). Deskripsi skor skala perilaku konsumtif berdasarkan hasil penelitian diperoleh skor minimum empirik sebanyak 54, skor maksimum empirik sebanyak 82, mean empirik sebanyak 65,22 serta serta standar deviasi empirik sebanyak 6,483. Deskripsi skor skala perilaku konsumtif sebagai berikut:

Tabel 19. Deskripsi Skor Skala *Psychological Meaning of Money*

	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	54	23
Skor Maksimum	82	92
Mean (M)	65,22	57,5
Standar Deviasi (SD)	6,483	13,8

Berdasarkan norma kategorisasi dengan distribusi normal kelompok subjek, dapat dilihat mean empirik lebih besar daripada mean hipotetik yaitu 65,22>57,5. Distribusi kategorisasi skor pada skala *psychological meaning of money* dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 20. Kategorisasi Skor Skala *Psychological Meaning of Money*

Kategorisasi	Rentang Skor	Jumlah Subjek	Presentase
Sangat Tinggi	78,2 – 92	5	5%
Tinggi	64,4 – 78,2	35	38%
Sedang	50,2 – 64,4	52	57%
Rendah	36,8 – 50,6	0	0%
Sangat Rendah	23 – 36,8	0	0%
Jumlah		92	100%

Berdasarkan kategorisasi tersebut menunjukkan tidak ada subjek yang mendapatkan skor sangat rendah dan rendah pada skala *psychological meaning of money*. Adapun terdapat 52 subjek memperoleh skor sedang, 35 subjek memperoleh skor tinggi, dan 5 subjek memperoleh skor sangat tinggi. Rentang skor *psychological meaning of money* sebagai berikut:

Gambar 2. Rentang Skor Skala *Psychological Meaning of Money*

3. Deskripsi Data Skor konformitas Kelompok

Skala perilaku konsumtif memiliki 24 aitem berdaya beda tinggi dan setiap aitem mendapat skor antara 1 hingga 4. Skor minimum yang dapat diperoleh responden yaitu 24 didapatkan dari (24 x 1) dengan skor maksimum yang dapat diperoleh responden yaitu 96 didapatkan dari (24 x 4). Sedangkan rentang skor skala sebanyak 72 berdasarkan pada skor maksimum dikurangi skor minimum (96-24) dan dibagi dengan lima deviasi standar sehingga diperoleh skor standar deviasi sebanyak 14,4 berdasarkan ((96-24): 5). Mean hipotetik sebesar 60 berasal dari ((96 + 24): 2). Deskripsi skor skala perilaku konsumtif berdasarkan hasil penelitian diperoleh skor minimum empirik sebanyak 45, skor maksimum empirik sebanyak 86, mean empirik

sebanyak 61,61 serta serta standar deviasi empirik sebanyak 8,647. Deskripsi skor skala perilaku konsumtif sebagai berikut:

Tabel 21. Deskripsi Skor Skala Konformitas Kelompok

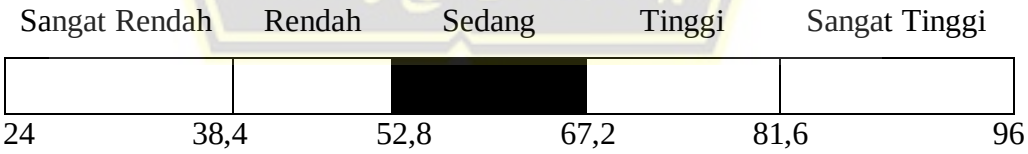
	Empirik	Hipotetik
Skor Minimum	45	24
Skor Maksimum	86	96
Mean (M)	61,61	60
Standar Deviasi (SD)	8,647	14,4

Berdasarkan norma kategorisasi dengan distribusi normal kelompok subjek, dapat dilihat mean empirik lebih besar daripada mean hipotetik yaitu 61,61>60. Distribusi kategorisasi skor pada skala konformitas kelompok dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 22. Kategorisasi Skor Skala Konformitas Kelompok

Kategorisasi	Rentang Skor	Jumlah Subjek	Presentase
Sangat Tinggi	81,6 - 96	3	3%
Tinggi	67.2 – 81.6	16	17%
Sedang	52,8 – 67.2	62	67%
Rendah	38.4 – 52.8	11	12%
Sangat Rendah	24 – 38.4	0	0%
Jumlah		96	100%

Berdasarkan kategorisasi tersebut menunjukkan tidak ada subjek yang mendapatkan skor sangat rendah pada skala konformitas kelompok. Adapun terdapat 11 subjek memperoleh skor rendah, 62 subjek memperoleh skor sedang, 16 subjek memperoleh skor Tinggi, dan 3 subjek memperoleh skor sangat tinggi. Rentang skor konformitas kelompok sebagai berikut:



Gambar 3. Rentang Skor Skala Konformitas Kelompok

E. Pembahasan

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan antara *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA. Hasil dari analisis data

menunjukkan koefosiensi korelasi R =0,588 dan F = 23,542 dengan p = 0,000 (p<0,01). Hasil diatas menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sugnifikan antara *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017-2019 UNISSULA. Koefisiensi determinasi bagi *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok sebesar 0,346. Hasil tersebut membuktikan bahwa *psychological meaning of money* dan konformitas kelompok pada penelitian ini memberikan sumbangan efektif sebesar 34,6% sedangkan 65,4% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini, seperti faktor motivasi, konsep diri, proses belajar pengetahuan, sikap dan *attitude*, budaya, agama, karakteristik demografi, keluarga, teknologi, lingkungan dan situasi. Hipotesis pertama signifikan dan diterima, hal ini selaras dengan pendapat Hurlock (Lestarina et al., 2017) yang menyatakan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh yang kuat terhadap penampilan yang membuat seseorang berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin agar seseorang tidak merasa tertolak dari kelompoknya. Menurut Kotler (Haryani & Herwanto, 2015) perilaku konsumtif memiliki 4 faktor, yaitu faktor kebudayaan yang terdiri dari sub-budaya, budaya dan kelas sosial, faktor sosial terdiri dari keluarga, kelompok acuan, serta peran dan status, faktor pribadi terdiri dari tahapan siklus kehidupan, usia, pekerjaan, gaya hidup, keadaan ekonomi kepribadian dan konsep diri, faktor yang terakhir adalah faktor Psikologis terdiri dari persepsi motivasi, keyakinan, pengetahuan dam sikap. *Psychological meaning of money* sendiri termasuk dalam faktor Psikologis yakni persepsi yang mana hal tersebut menunjukkan bahwa *psychological meaning of money* mampu mempengaruhi perilaku konsumtif yang dilakukan oleh seseorang.

Hasil penelitian menunjukkan jika perilaku konsumtif termasuk pada kategori rendah, yang berarti bahwa perilaku konsumtif yang terjadi pada mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2017-2019 UNISSULA juga rendah. Hal tersebut berkaitan dengan situasi yang terjadi saat ini yaitu pandemic covid 19 yang membuat mahasiswa Angkatan 2017-2019

lebih banyak melakukan aktifitas kuliah secara daring dan dari kebanyakan mahasiswa tidak memiliki pemasukan lebih untuk melakukan pembelian produk melalui Shopee. Mahasiswa Angkatan 2017-2019 cenderung mengesampingkan penampilan dikarenakan individu jarang melakukan interaksi secara langsung dengan teman atau kelompoknya. Selaras dengan hasil penelitian Larasati (Ismail et al., 2021) memaparkan bahwa pola konsumsi pada masyarakat mengalami perubahan disaat sebelum pandemi covid atau corona pada wilayah bandung. Masyarakat bandung memiliki siklus konsumsi terbesar untuk pembelian *fashion* dan komunikasi sebesar 25% dan 75% sisanya digunakan untuk pemenuhan transportasi, pendidikan dan makanan. Setelah pandemic covid-19 pola konsumsi masyarakat paling besar adalah untuk keperluan makanan sebesar 30% dan pola konsumsi masyarakat pada *fashion* menurun menjadi 10% dan 60 % sisanya untuk keperluan transportasi, *laundry*, hiburan, dan pendidikan (Ismail et al., 2021). Dari pemaparan diatas dapat dilihat bahwa pada saat pandemi covid-19 konsumsi terhadap *fashion* mengalami penurunan sehingga intensitas konsumsi mahasiswa menjadi rendah.

Berdasarkan hasil uji korelasi yang ditelah dilakukan antara variabel *psychological meaning of money* terhadap perilaku konsumtif dengan variabel kontrol konformitas kelompok diperoleh koefisien korelasi rx_1y = -0,066 dengan taraf signifikansi p = 0,534 (p>0,01). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ditolak, tidak terdapat hubungan antara *psychological meaning of money* terhadap perilaku konsumtif melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Angkatan 2017-2019 UNISSULA. Hal tersebut berkaitan dengan pemasukan keuangan mahasiswa yang hanya mengandalkan uang jatah atau uang saku yang diberikan oleh orang tua. Hal ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Putri (Nadzir & Ingarianti, 2015) mengatakan remaja menganggap uang mempunyai peran yang penting dalam kehidupan individu, yang mana uang dapat membeli hal-hal yang dibutuhkan oleh

remaja, sehingga remaja cenderung menghabiskan uangnya untuk membeli kebutuhan. Keterlibatan individu dengan uang dimana remaja sedang berusaha untuk mengatur keuangan secara sederhana dikarenakan keuangan remaja masih dibatasi oleh orang tau dan terbatas pada uang saku sehingga uang yang mereka kelola masih sedikit (Nadzir & Ingarianti, 2015).

Berdasarkan hasil korelasi yang ditelah dilakukan antara variabel konformitas kelompok terhadap variabel perilaku konsumtif dengan *psychological meaning of money* diperoleh koefisien korelasi $rx_2y = 0,586$ dengan taraf signifikansi $p = 0,000(p<0,01)$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif, sehingga hipotesis ketiga diterima. Semakin tinggi tingkat konformitas kelompok, maka semakin tinggi juga perilaku konsumtif. Schiffman & kanuk (Dezianti & Hidayati, 2021) menyatakan bahwa kelompok referensi adalah tempat untuk melakukan tolak banding, memberikan evaluasi atau nilai serta informasi dan memberikan arahan untuk menjalankan proses konsumsi. Sarwono juga menjelaskan bahwa pola pemikiran yang dimiliki cenderung senang “mengikuti teman” dengan segala hal yang dilakukan oleh kelompok referensinya erat kaitannya dengan konformitas yang diartikan sebagai upaya yang dilakukan individu agar selalu sepadan dengan yang dilakukan oleh norma-norma yang berlaku di kelompoknya (Dezianti & Hidayati, 2021).

F. Kelemahan Penelitian

1. Aitem pada skala *psychological meaning of money* kurang mampu dipahami oleh subjek sehingga menghasilkan aitem berdaya beda rendah sebanyak 26 aitem dan aitem berdaya beda tinggi hanya sebanyak 16, kemudian peneliti melakukan perbaikan aitem untuk di uji cobakan kembali.
2. Variabel *psychological meaning of money* masih jarang diteliti sehingga teori yang digunakan dalam penelitian ini masih terbatas.
3. Jumlah responden dalam penelitian ini sangat terbatas. Hal tersebut terjadi karena ada beberapa mahasiswa yang tidak merespon saat penyebaran skala dilakukan melalui *personal chat* di *whatsApp*.

BAB V
KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya dapat disimpulkan bahwa:

1. Ada hubungan yang signifikan antara *psychologycal meaning of money* dan konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswi Psikologi Unissula, dengan demikian hipotesis yang diajukan diterima dan memiliki sumbangan efektif sebesar 34,6% sedangkan 65,4% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian ini, seperti seperti faktor motivasi, konsep diri, proses belajar pengetahuan, sikap dan *attitude*, budaya, agama, karakteristik demografi, keluarga, teknologi, lingkungan dan situasi.
2. Hasil hipotesis kedua pada penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara *psychological meaning of money* terhadap perilaku konsumtif melalui *e-commerce* Shopee pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA, yang berarti bahwa hipotesis kedua ditolak.
3. Hasil hipotesis ketiga menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif, sehingga hipotesis ketiga diterima. Semakin tinggi konformitas kelompok, maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA, dan sebaliknya, semakin rendah konformitas kelompok maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 UNISSULA.

B. Saran

1. Bagi Mahasiswa

Menurut hasil penelitian yang telah dilaksanakan, mahasiswa Psikologi angkatan 2017-2019 diharapkan mampu mempertahankan *psychological meaning of money* yang tinggi sehingga mampu mengatur dan menggunakan uang yang dimiliki dengan baik sehingga mampu menjaga agar tidak berperilaku konsumtif dengan cara menjadi diri sendiri sehingga tidak perlu mengikuti atau menyesuaikan diri dengan kelompok dalam hal pembelanjaan barang-barang yang tidak masuk dalam prioritas kebutuhan.

2. Untuk peneliti selanjutnya

Peneliti dimasa yang akan datang, yang memiliki ketertarikan pada permasalahan penelitian yang sama, maka disarankan untuk mengganti subjek mahasiswa menjadi wanita karir atau ibu rumah tangga yang memiliki lebih banyak uang atau memiliki pendapatan yang cukup besar, kemudian disarankan untuk menganalisis atau menambahkan variabel lainnya yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif serta faktor-faktor dari variabel tersebut, antara lain seperti faktor motivasi, konsep diri, proses belajar pengetahuan, sikap dan attitude, budaya, agama, karakteristik demografi, keluarga, teknologi, lingkungan dan situasi.

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, A. R., & Hartati, S. (2017). Pembelian impulsif pada remaja akhir ditinjau dari kontrol diri. *Gajah Mada Journal Of Psychology*, *3*(3), 123–130.

Agung, S., Handayani, D. P., & Indrawati, K. R. (2016). Peran konsep diri dan konformitas terhadap keputusan pembelian make up pada mahasiswa perempuan. *Jurnal Psikologi Udayana*, *000*, 25–34.

Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Pustaka Belajar.

Azwar, S. (2019). *Penyusunan skala psikologi (Edisi 2)*. Pustaka Pelajar.

Chrisnawati, D., & Abdullah, sri muliati. (2011). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif remaja terhadap pakaian. *Jurnal Spirits*, *2*(1), 1–14.

Dezianti, D. A. N., & Hidayati, F. (2021). Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Jurnal Psikologi Sains Dan Profesi*, *5*(2), 151–158.

Dine, C. (2020). *7 e-commerce Indonesia terpopuler sepanjang 2020*. Kaskus.Co.Id. https://www.kaskus.co.id/thread/5f9c12f5337f9334c3596423/7-e-commerce-indonesia-terpopuler-sepanjang-2020-no-2-pernah-diretas/2

Fromm, E. (1995). *Masyarakat yang sehat*. Yayasan Obor Indonesia.

Halim, L. V. (2017). Perilaku konsumtif generation y untuk produk fashion. *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, *4*, 373–384.

Haryani, I., & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, *11*, 5–11.

Hidayah, N., & Bowo, P. A. (2018). *Pengaruh uang saku, locus of control, dan lingkungan teman sebaya terhadap perilaku konsumtif*. *7*, 1025–1039.

Husaini, A. (2020). *Riset Snapcart: Shopee paling diminati dan jadi pilihan*

konsumen belanja. Kontan.Co.Id. https://industri.kontan.co.id/news/riset-snapcart-shopee-paling-diminati-dan-jadi-pilihan-konsumen-berlanja

Ismail, A. R. N., Noviartati, K., Syahril, & Fikri, A. R. (2021). Investasi digital sebagai solusi mengurangi perilaku konsumtif milenial masa pandemi covid-19. *JURNAL EKONOMI DAN MANAJEMEN*, *4*, 126–136.

Komnifo. (2019). *Pertumbuhan e-commerce Indonesia capai 78 persen*. https://kominfo.go.id/content/detail/16770/kemkominfo-pertumbuhan-e-commerce-indonesiacapai-78-persen/0/sorotan_media#:~:text=Kemkominfo%3A

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen pemasaran* (Edisi Ketiga). Erlangga.

Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, *2*(2), 1–6. https://doi.org/10.29210/3003210000

Lina, & Rosyid, H. F. (1997). Perilaku konsumtif berdasar locus o f control pada remaja putri. *PSIKOLOGIKA*, *4*, 5–13.

Muktining tyas, R., & Kuncoro, J. (2018). Hubungan antara sebaya dengan perilaku dugem pada mahasiswa universitas islam sultan agung semarang. *Proyeksi*, *13*, 57–67.

Nadzir, M., & Ingarianti, T. M. (2015). *Psychological meaning of money* dengan gaya hidup hedonis remaja di Kota Malang. *Psychology Forum UMM*, *1998*, 582–596.

Putri, P. N. A., & Rustika, I. M. (2017). Peran pola asuh autoritatif, efikasi diri, dan perilaku prososial terhadap kesejahteraan psikologis pada remaja akhir di program studi pendidikan dokter gigi fakultas kedokteran Universitas Udayana. *Jurnal Psikologi Udayana*, *4*(1), 151–164. https://doi.org/10.24843/jpu.2017.v04.i01.p16

Rahmat, A., Asyari, A., & Puteri, H. E. (2020). Pengaruh hedonisme dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *EKONOMIKA SYARIAH : Journal of Economic Studies*, *4*(1), 39. https://doi.org/10.30983/es.v4i1.3198

Rahmayanthi, R. (2017). Konformitas teman sebaya dalam perspektif multikultural. *JOMSIGN: Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling*, *1*(1), 71. https://doi.org/10.17509/jomsign.v1i1.6052

Ramadhani, A. (2016). Hubungan konformitas dengan prokrastinasi dalam menyelesaikan skripsi pada mahasiswa tingkat akhir yang tidak bekerja. *Psikoborneo*, *4*(3), 383–390.

Rizki, M. M., Hidayah, F., Ayuningsih, D., & Khoirunisa, N. M. (2016). Hubungan *psychological meaning of money* bersuku jawa. *Prosiding Seminas Nasional Psikologi Indigenous Indonesia*, 792–800.

Sari, R. A. (2019). Pengaruh gaya hidup brand minded dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada dewasa awal. *Psikoborneo*, *7*(1), 37–46. http://e-journals.unmul.ac.id/index.php/psikoneo/article/view/4704

Sarwono, S. w. (2018). *Psikologi Sosial edisi 2*. Saemba Humanika.

Shohib, M. (2015). Sikap terhadap uang dan perilaku berhutang. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan*, *03*(01), 132–143.

Siyoto, D. S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Literasi Media Publishing.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d* (Sutopo (ed.); Kedua). Alfabeta.

Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2016). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Persona:Jurnal Psikologi Indonesia*, *4*(02), 145–152. https://doi.org/10.30996/persona.v4i02.556

Vatmawati, S. (2019). Hubungan konformitas siswa dengan pengambilan

keputusan karir. *Jurnal Universitas PGRI Semarang*, *6*, 55–70.

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. https://doi.org/10.24843/jpu.2015.v02.i01.p09

Lampiran 1

SKALA UJI COBA

1-1 Skala Perilaku Konsumtif (Skala 1)

1-2 Skala *Psychological Meaning of Money* (Skala 2)

1-3 Skala Konformitas Kelompok (Skala 3)

SKALA PSIKOLOGI

Skala 1

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya membeli barang atas dasar keinginan				
2	Saat mengakses Shopee saya mudah tertarik terhadap produk yang bagus dan langsung membelinya.				
3	Saya membeli produk hanya untuk menyenangkan diri sendiri				
4	Saya akan membeli produk apapun selama membuat hati saya gembira				
5	Saya tidak memperdulikan berapa banyak uang yang harus saya keluarkan untuk membeli produk yang saya inginkan				
6	Saya tidak segan mengeluarkan banyak uang untuk membeli produk yang bermerek				
7	Saya membeli produk bermerek untuk menunjang penampilan saya agar terlihat lebih menarik daripada teman lain				
8	Saya selalu membeli produk dengan model terbaru agar tidak ketinggalan zaman				
9	Saya tidak mudah tergiur saat melihat-lihat produk di Shopee				
10	Saya selalu membuat daftar belanjaan jika ingin membeli produk				
11	Saya hanya membeli produk sesuai kebutuhan				
12	Saya hanya membeli produk untuk menunjang pekerjaan yang saya lakukan				
13	Produk yang saya inginkan tidak harus segera saya beli saat itu jika belum punya uang				
14	Saya selalu menabung saat hendak membeli sesuatu				
15	Saya selalu berpenampilan apa adanya				
16	Saya jarang membeli pakaian yang				

	sedang menjadi trend saat ini				
17	Saya sering membeli produk tanpa perhitungan karena takut kehabisan				
18	Saya sering membeli beberapa produk diShopee terutama jika diskon				
19	Saya langsung membeli semua produk yang saya suka saat menemukan beberapa pakaian yang saya suka di Shopee				
20	Saya selalu membeli produk sesuai dengan warna kesukaan saya				
21	Saya harus membeli produk yang saya inginkan walaupun harus meminjam uang kepada teman				
22	Saya akan membeli produk yang saya suka tanpa melihat harga				
23	Saya akan membeli produk terbaru dari brand ternama				
24	Saya senang penampilan saya menjadi pusat perhatian dikalangan teman saya				
25	Saya tidak mudah tergiur produk yang sedang diskon di Shopee				
26	Saya membeli produk hanya saat dibutuhkan				
27	Saya selalu membeli kebutuhan rumah melalui layanan Shopee				
28	Uang yang saya punya lebih baik ditabung daripada untuk membeli produk di Shopee				
29	Saya akan mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum membeli suatu produk				
30	Sebelum membeli produk saya selalu mencari harga termurah di Shopee terlebih dahulu				
31	Saya tidak mementingkan merek saat membeli produk apapun				
32	Saya berusaha menjadi diri sendiri meskipun dalam berpakaian sekalipun				

33	Saya membeli produk saat ada promo gratis ongkos kirim di Shopee				
34	Tanpa pertimbangan saya membeli produk yang saya suka di Shopee				
35	Saya masih tetap membeli produk skincare di Shopee walaupun stok dirumah masih ada				
36	Saya memborong semua produk kesukaan saya di Shopee terlebih sedang diskon				
37	Harga yang mahal tidak menjadi masalah apabila saya benar-benar ingin memiliki produk tersebut				
38	Saya membeli tas bermerek untuk menunjang penampilan saya agar terlihat menawan				
39	Saya selalu berusaha agar terlihat lebih menarik dalam berpenampilan dibanding dengan teman-teman				
40	Saya berusaha berpenampilan mengikuti tren agar mendapat pujian dari teman				
41	Saya selalu memikirkan matang-matang saat akan membeli produk di Shopee				
42	Saya lebih baik mementingkan kebutuhan sehari-hari dari pada membeli produk di Shopee				
43	Saya mempertimbangkan produk apa saja yang akan dibeli				
44	Saya akan mencari harga termurah di Shopee saat akan berbelanja kebutuhan				
45	Saya menabung untuk sesuatu yang benar-benar saya butuhkan				
46	Saya memperhitungkan uang yang saya gunakan				
47	Saya lebih mementingkan kenyamanan daripada merek saat membeli pakaian				
48	Saya tidak untuk mengharapkan pujian dari teman saat saya berpakaian				

Skala 2

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengikuti kemauan teman di kelompok agar tidak dijauhi				
2	Saya akan mengubah penampilan agar sesuai dengan kelompok				
3	Saya sering meminta pendapat teman saat hendak membeli sesuatu				
4	Persamaan pendapat dalam sebuah kelompok adalah hal yang penting yang saya utamakan				
5	Apapun yang diputuskan kelompok saya akan patuhi walaupun tidak sesuai dengan harapan saya				
6	Saya lebih baik memendam pendapat saya daripada terjadi pertengkaran dalam kelompok				
7	Saya merasa baik-baik saja saat dijauhi teman dalam kelompok				
8	Saya lebih suka menyendiri daripada berkelompok				
9	Kesepatan yang telah disetujui kelompok tidak sesuai dengan harapan saya				
10	Terkadang saya memiliki pendapat yang berbeda dengan kelompok				
11	Saya tidak akan mengikuti aturan kelompok meskpun ada paksaan dari anggota lain				
12	Saya akan melakukan protes saat ada yang tidak sesuai dengan peraturan kelompok				
13	Saya membantu teman yang sedang kesulitan mengerjakan tugas				
14	Saya menjenguk teman sekelompok yang sedang sakit				
15	Menaati aturan kelompok akan membantu saya untuk menyelesaikan masalah				
16	Ketentuan yang sudah disepakati oleh kelompok adalah yang terbaik untuk saya jalani				
17	Saya selalu mengikuti perkumpulan kelompok walaupun pekerjaan rumah saya masih banyak				

18	Meskipun ada acara keluarga saya tetap hadir dikegiatan kelompok				
19	Saya lebih memilih untuk tidak hadir saat kelompok mengadakan perkumpulan				
20	Saya sering tidak menaati peraturan yang sudah menjadi kesepakatan kelompok				
21	Pada saat ada acara berkumpul dengan teman, saya jarang datang				
22	Saya kurang peduli dengan apa yang menjadi kesepakatan kelompok				
23	Saya menentang peraturan didalam kelompok yang kurang sesuai dengan norma sosial				
24	Saya lebih memilih untuk mengerjakan pekerjaan rumah daripada harus berkumpul dengan kelompok				
25	Saya selalu hadiri saat kelompok mengadakan perkumpulan				
26	Saya mengikuti peraturan apapun yang sudah menjadi kesepakatan kelompok				
27	Kelompok merupakan tempat mendapatkan solusi saat saya memiliki masalah				
28	Kesepakatan dalam kelompok sudah sesuai dengan harapan saya				
29	Saya rela melakukan apapun demi memenuhi harapan kelompok saya				
30	Saya selalu menaati kemauan kelompok walaupun hal tersebut membuat saya kurang nyaman				
31	Saya lebih nyaman dengan penampilan saya daripada harus meniru teman kelompok				
32	Saya merasa tidak nyaman jika berkumpul dengan teman-teman seusia saya				
33	Saya lebih suka melakukan apapun sesuai dengan keinginan saya				
34	Saya tidak mempercayai kelompok saya sepenuhnya				
35	Saya selalu mengutarakan pendapat walaupun berbeda dengan anggota kelompok lain				
36	Saya tidak terbiasa hidup dibawah				

	tekanan kelompok				

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

Skala 3

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya bermimpi menjadi orang kaya yang memiliki banyak uang				
2	Saya membuat catatan pengeluaran dan pemasukan selama satu bulan				
3	Saya memikirkan pekerjaan sampingan untuk mendapatkan penghasilan tambahan				
4	Saya memahami cara kerja berinvestasi yang menguntungkan				
5	Saya merasa lebih nyaman menginvestasikan uang dalam bentuk tabungan				
6	Saya merasa dihormati ketika memiliki banyak uang				
7	Saya memiliki daftar kebutuhan agar dapat menentukan skala prioritas kebutuhan mana yang lebih penting				
8	Uang bukan segalanya untuk saya				
9	Saya tidak membutuhkan pencatatan keuangan untuk mengontrol keuangan saya				
10	Kerja part time akan menyita waktu saya untuk bersama keluarga dan teman – teman				
11	Saya merasa kurang tertarik dengan dunia bisnis dan informasi keuangan nasional				
12	Saya tidak tertarik untuk berinvestasi berupa perhiasan karena resiko kehilangannya cukup tinggi				
13	Saya merasa setiap orang dapat memiliki sesuatu yang mereka inginkan				
14	Saya kesulitan mengelola keuangan saya				
15	Saya menganggap uang merupakan hal nomor satu				
16	Saya berencana untuk membeli barang mewah 5 tahun kedepan dengan tabungan yang saya miliki				
17	Saya akan mengambil tawaran kerja part time untuk menambah pemasukan saya				
18	Saya sudah terbiasa melakukan penarikan uang melalui ATM				

19	Saya merasa lebih menguntungkan jika mendepositokan uang saya sehingga dapat bertambah melalui bunga bank				
20	Saya menggunakan uang untuk memperoleh kebahagiaan				
21	Saya memiliki strategi untuk mengatur keuangan seperti mempunyai tabungan				
22	Uang tidak bisa membeli kebahagiaan				
23	Saya jarang melakukan pengecekan saldo tabungan di bank				
24	Saya merasa cukup dengan uang saku yang saya miliki sehingga saya tidak berniat mencari pekerjaan tambahan				
25	Saya lebih sering menggunakan uang tunai saat bertransaksi				
26	Saya tidak tertarik berinvestasi untuk hari tua				
27	Uang tidak dapat mempengaruhi hal sekecil apapun				
28	Saya kurang mampu mengatasi kesulitan keuangan yang terjadi				
29	Saya percaya semakin saya memiliki banyak uang, maka saya akan semakin merasa senang				
30	Saya selalu melakukan pengecekan transaksi yang saya lakukan melalui tabungan				
31	Saya akan menabung di bank yang menjanjikan banyak keuntungan melalui bunga yang ditawarkan				
32	Saya selalu menabung di bank karena lebih aman				
33	Saya memilih untuk menginvestasikan uang saya untuk perhiasan, rumah, mobil dan harta benda bergerak lainnya				
34	Uang dapat mempengaruhi orang lain				
35	Saya memakai fasilitas kredit untuk mendapatkan keuntungan				
36	Saya lebih merasa nyaman hidup dalam kesederhanaan				
37	Saya jarang membuat catatan pengeluaran sehari-hari				
38	Saya tidak membutuhkan pekerjaan sampingan karena uang saku yang saya miliki sudah sangat cukup				

39	Saya tidak terlalu tertarik dengan penawaran pinjaman di bank				
40	Saya lebih nyaman menabung uang sendiri dirumah				
41	Saya berpikir bahwa untuk memperoleh rasa hormat tidak harus memiliki uang yang banyak				
42	Saya tidak bisa menyisihkan uang saku saya untuk kebutuhan mendadak				

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

Lampiran 2

TABULASI DATA UJI COBA

2-1 Tabulasi Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif

2-2 Tabulasi Data Uji Coba Skala *Psychological Meaning Of Money*

2-3 Tabulasi Data Uji Coba Skala Konformitas Kelompok

2-1 Tabulasi Data Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif

S/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	Jumlah
1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	110
2	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	3	1	1	2	2	2	3	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	90
3	4	4	3	3	1	1	1	1	2	4	1	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	4	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	4	1	1	3	84
4	4	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	1	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	111
5	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	97
6	4	4	3	3	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2	1	4	2	1	1	1	1	1	1	4	2	2	1	1	1	1	1	82
7	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	100
8	3	1	3	3	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	3	2	3	3	2	1	1	3	3	1	2	3	2	1	1	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	91
9	3	1	4	3	1	1	1	3	4	3	1	2	2	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	2	1	4	3	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	82
10	4	2	3	3	2	3	3	1	3	4	2	4	1	3	2	3	1	4	1	4	1	2	1	3	3	1	1	2	1	1	2	2	4	1	2	1	3	1	3	3	1	2	1	1	2	1	2	3	104
11	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	114
12	3	2	3	3	2	3	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	114
13	3	3	3	3	3	2	1	2	3	2	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	1	3	1	1	3	3	2	3	2	3	1	2	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	110
14	4	4	4	4	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	2	3	2	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	82
15	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	1	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	106
16	4	3	4	4	3	2	1	2	2	4	3	4	1	2	3	3	2	4	4	3	1	2	1	2	2	3	4	3	1	2	1	1	4	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	109
17	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	101
18	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	1	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	118
19	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	2	1	2	2	1	2	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	1	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	133
20	3	2	3	3	2	2	2	2	3	1	1	2	2	1	1	2	2	4	2	2	1	2	2	2	3	2	3	1	1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	98
21	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	3	2	3	1	2	3	1	1	1	1	1	4	2	1	1	2	2	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	81
22	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	103
23	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	121
24	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	101
25	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	102
26	4	4	2	3	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	4	1	1	1	4	3	1	4	1	1	3	1	1	4	1	2	1	4	1	4	1	1	1	1	4	1	1	1	3	93
27	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3	3	1	2	2	3	3	2	3	3	1	1	1	1	4	2	2	4	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	105
28	2	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	58

29	3	2	3	3	2	1	1	2	3	1	2	2	1	1	2	3	2	3	3	2	1	1	1	1	2	2	4	2	1	1	1	1	4	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	87
30	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	116
31	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	1	1	1	1	2	2	4	3	3	4	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	2	2	115
32	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	3	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	3	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	79
33	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	1	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	117
34	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	4	2	2	1	2	2	3	3	1	3	2	1	1	2	1	4	1	1	2	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	95
35	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	107
36	3	3	3	2	1	3	1	1	4	4	1	2	1	1	1	2	1	3	2	3	1	3	2	1	2	2	3	2	1	2	2	1	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	1	1	89
37	2	3	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	104
38	4	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	4	1	4	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	74
39	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	1	2	1	2	3	1	2	2	2	1	2	2	1	3	2	1	1	2	1	4	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	81
40	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	1	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	116
41	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	4	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	4	2	2	2	3	3	3	2	1	1	1	1	1	2	2	2	93
42	3	2	4	1	3	3	1	3	2	3	3	3	2	2	2	2	1	3	1	3	1	1	2	1	2	3	4	2	1	2	2	1	3	1	1	1	3	2	1	1	3	1	2	2	1	1	1	1	94
43	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	99
44	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	104
45	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	3	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	4	1	4	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	85
46	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	103
47	4	3	4	4	2	1	1	2	2	4	2	2	1	3	2	3	3	4	3	2	1	2	2	1	3	3	4	3	2	2	1	1	4	4	1	3	4	1	2	2	1	3	1	1	1	2	1	1	109
48	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	2	2	1	1	3	3	1	3	2	3	1	1	3	4	3	2	2	3	1	1	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	1	2	1	1	1	1	2	2	107
49	4	1	3	2	2	3	2	3	3	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	4	1	3	2	2	2	1	3	2	1	1	3	1	3	2	1	2	3	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	91
50	3	3	3	2	1	3	4	3	4	2	2	2	1	2	2	3	1	4	2	3	1	2	3	4	4	2	3	1	1	1	1	2	4	2	2	3	4	2	3	4	1	1	2	1	1	1	2	2	110
51	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	123
52	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	3	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	74
53	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	1	1	3	2	3	3	3	3	1	3	3	2	4	3	2	3	1	2	2	2	4	3	1	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	114
54	3	3	3	3	2	2	1	2	3	1	3	3	1	2	1	2	2	3	2	2	1	1	2	1	3	3	3	3	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	96
55	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	107
56	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	1	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	1	123
57	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	1	2	2	3	3	2	3	2	1	1	1	1	4	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	95
58	3	4	4	4	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	3	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	110
59	3	4	4	3	2	2	1	2	3	3	2	2	2	1	1	2	3	4	3	2	1	1	1	2	4	1	2	3	1	1	2	1	4	3	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	99

60	4	4	4	2	2	2	2	2	1	1	3	3	4	2	2	2	2	4	2	2	1	2	1	1	4	3	3	3	1	1	3	1	4	2	1	2	2	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	98
61	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	1	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	1	3	3	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	110
62	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	100
63	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	97
64	2	2	2	2	1	1	1	2	2	3	1	2	1	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	1	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	1	2	92
65	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	2	1	2	3	2	2	4	2	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	82
66	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	117
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	1	1	3	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	93
68	1	1	1	1	4	4	4	1	4	4	1	1	1	4	4	3	4	4	4	3	1	2	2	3	2	4	4	1	3	4	4	2	4	4	1	1	2	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	136
69	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	1	2	4	1	2	3	2	3	2	3	2	3	3	1	2	2	3	1	3	1	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	112
70	3	4	3	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	1	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	117
71	4	2	2	1	1	2	2	1	1	3	2	3	2	2	2	2	2	1	1	3	1	1	2	2	1	2	4	2	1	1	3	2	2	2	4	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	91
72	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	1	2	1	4	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	96
73	3	3	3	4	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	1	1	1	4	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	1	1	1	1	4	2	4	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	101
74	3	4	2	3	2	3	3	3	3	1	1	2	1	1	1	2	2	4	2	4	2	2	2	2	3	1	3	4	2	3	3	1	4	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	3	1	1	1	1	105
75	4	2	2	2	1	2	2	4	2	2	1	2	1	1	2	3	1	3	2	3	1	2	2	2	3	1	2	3	1	1	3	2	4	1	1	1	2	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	2	91
76	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	1	2	1	2	2	3	2	1	1	2	1	4	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	88
77	1	2	2	2	1	1	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	1	1	3	1	4	3	1	1	3	2	2	1	2	1	1	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	81
78	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	105
79	4	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	4	2	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	1	2	2	3	2	3	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	94
80	3	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	3	2	1	4	2	2	2	1	2	2	1	3	1	1	1	3	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	84
81	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	102
82	4	1	1	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	2	113
83	3	3	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	59
84	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	108
85	3	2	2	2	1	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	1	3	2	3	1	1	2	2	3	2	2	3	1	1	3	2	3	1	3	2	3	2	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	95
86	4	3	2	1	3	2	3	2	1	3	4	1	2	2	3	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	2	2	4	3	2	4	1	3	3	1	2	129
87	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	107
88	4	2	3	2	1	1	3	3	3	3	1	1	1	1	1	1	2	3	2	3	1	2	1	1	2	1	3	1	1	1	2	2	4	4	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	85
89	4	2	3	2	2	3	2	3	3	1	2	2	1	2	2	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	1	2	3	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	2	2	2	3	2	109
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	122

91	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	111
92	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	100
93	1	2	4	2	2	3	3	2	3	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	91
94	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	3	2	1	3	1	1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	1	1	1	1	2	1	3	1	3	1	1	90
95	4	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	1	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	1	1	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	110
96	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	3	1	3	1	2	2	1	2	1	2	3	1	1	1	1	3	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	82
97	2	1	1	1	1	1	1	1	2	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	79
98	4	2	4	4	1	1	1	2	3	1	1	1	1	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	107
99	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	3	3	2	3	1	1	2	2	3	3	3	2	1	1	1	1	4	2	2	1	3	1	2	1	2	3	1	1	1	1	1	2	92
100	4	3	4	3	2	2	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	1	1	2	3	3	2	2	3	1	2	1	2	4	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	1	2	1	1	3	115
101	4	4	4	4	4	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	2	2	3	3	4	1	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3	3	1	1	2	2	1	1	1	2	2	111
102	3	2	3	2	1	2	1	2	2	3	1	2	1	1	2	2	2	3	2	3	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	4	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	83
103	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	1	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	1	1	1	4	2	3	2	4	3	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	102
104	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	64
105	2	2	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	1	1	3	3	2	4	2	1	1	2	2	4	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	116
106	4	2	2	2	2	2	2	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	1	2	3	1	1	2	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	91
107	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	98
108	3	2	3	1	1	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	1	1	1	1	2	3	3	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	3	2	1	1	2	88
109	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	106
110	4	2	2	2	2	4	4	4	1	3	1	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	4	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	4	1	1	1	2	2	2	1	3	115
111	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	108
112	4	2	3	3	1	1	1	1	1	4	1	3	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	71
113	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	125
114	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	120
115	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	1	1	1	2	2	4	2	4	2	3	3	3	3	2	3	1	2	1	1	1	3	2	2	2	3	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	103
116	3	2	2	1	1	1	1	1	3	3	2	2	1	2	1	1	2	3	1	3	1	1	1	1	3	2	3	2	1	2	2	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	80
117	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	3	1	3	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	86
118	4	2	3	4	2	2	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	2	4	1	2	2	2	3	3	1	2	1	1	2	2	4	2	2	4	3	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	107
119	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	124
120	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	116

121	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	111
122	4	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	124
123	4	4	2	3	1	2	3	3	3	1	2	1	2	4	4	3	3	3	2	3	1	2	2	3	2	2	3	3	4	2	2	3	1	2	1	2	2	3	3	1	2	3	4	3	2	2	3	2	118
124	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	125
125	4	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	133

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

2-2 Tabulasi Data Uji Coba Skala *Psychological Meaning Of Money*

S/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	Jmlh
1	3	2	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	4	2	2	2	4	2	2	2	3	114
2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	1	3	3	2	2	1	3	3	4	3	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	109
3	4	1	4	1	4	1	1	4	1	1	1	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	4	3	4	1	2	4	1	4	4	3	4	3	4	2	1	1	4	4	4	2	1	114
4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	105
5	4	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	109
6	4	3	4	3	3	2	4	1	3	2	2	2	1	3	2	4	2	3	2	3	3	2	1	1	1	2	2	4	4	2	2	3	2	4	2	1	3	1	2	1	1	4	101
7	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	107
8	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	4	1	2	3	3	2	2	3	1	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	4	1	1	2	3	2	2	1	4	101
9	2	2	4	4	3	2	3	2	2	3	3	2	1	4	3	4	4	1	3	2	4	2	2	4	1	4	2	3	3	3	3	3	4	3	2	1	2	4	2	1	2	4	113
10	4	1	4	2	3	4	2	2	2	4	4	3	1	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	2	1	4	1	4	1	2	127
11	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	103
12	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	4	2	2	1	3	2	3	2	3	112
13	4	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	1	2	2	4	3	3	1	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	1	2	2	4	1	2	1	2	100
14	4	4	4	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	4	4	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	2	2	2	2	2	2	103
15	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	2	3	2	4	1	3	2	3	3	2	2	3	113
16	3	2	4	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	4	4	4	2	3	2	1	1	3	1	4	3	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1	3	1	1	1	2	94
17	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	109
18	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	105
19	4	3	4	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	4	1	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	2	4	4	3	2	2	3	4	2	2	1	1	3	3	2	101
20	3	4	3	2	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	2	3	3	2	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	3	4	4	1	3	2	2	1	2	3	110
21	4	3	4	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	111

22	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	109
23	3	2	2	2	3	3	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	103
24	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	115
25	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	1	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	105
26	4	4	4	4	4	1	4	1	4	1	4	4	1	4	3	4	1	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	3	4	4	1	1	1	4	1	2	4	4	129
27	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	118
28	4	1	4	1	4	4	1	4	1	4	4	4	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	4	1	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	1	1	4	1	4	4	1	105
29	4	2	3	2	4	3	4	2	2	4	3	3	1	4	2	4	3	2	2	2	4	3	1	4	2	4	3	4	2	2	2	4	3	2	1	1	2	4	1	3	2	4	114
30	3	2	3	2	2	4	3	4	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	4	4	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	4	2	111
31	4	4	4	2	4	4	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2	1	111
32	4	2	4	3	2	3	4	2	1	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	4	1	3	3	2	4	3	3	3	3	2	3	4	4	2	2	1	3	2	3	2	4	116
33	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	108
34	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	1	3	2	2	113
35	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	106
36	4	2	4	3	3	4	4	3	1	2	4	1	1	4	3	2	3	4	1	3	4	4	1	2	2	3	3	4	4	2	1	3	4	4	3	1	1	2	1	1	1	4	111
37	3	3	2	3	4	2	3	2	3	2	3	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	1	3	2	2	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	1	3	2	3	108
38	4	4	4	4	4	2	3	3	1	4	4	3	1	2	2	3	4	4	4	2	3	2	3	4	1	4	3	2	2	3	2	3	3	3	1	1	2	4	4	2	1	4	119
39	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	4	3	2	2	3	2	2	3	3	2	1	2	3	1	2	2	3	103
40	4	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	1	1	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	2	2	2	3	2	3	2	2	115
41	4	3	4	3	4	4	4	3	3	1	3	3	1	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	2	2	2	3	130
42	4	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	4	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	1	3	1	3	1	2	103
43	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	102
44	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	103

45	4	4	4	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	1	3	2	1	2	1	1	123
46	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	4	4	3	3	3	3	2	2	4	1	2	2	3	3	2	2	3	110
47	4	2	4	1	3	3	1	2	2	2	2	1	1	1	2	4	4	4	2	4	2	2	1	3	1	4	3	1	2	2	3	2	2	3	1	1	1	3	1	1	1	3	92
48	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	1	1	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	1	4	4	1	4	4	3	3	3	4	3	2	3	4	2	1	3	1	128
49	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	111
50	4	3	3	4	4	4	4	4	3	2	3	1	1	3	3	4	3	4	3	2	4	1	1	3	1	3	3	2	4	2	2	4	2	4	2	1	2	2	2	1	1	1	110
51	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	105
52	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	1	1	3	3	4	3	3	2	2	3	1	1	3	2	3	2	2	3	2	2	3	1	3	2	1	3	2	1	2	1	4	99
53	3	3	4	2	3	2	3	2	3	2	4	3	1	2	2	3	2	4	2	3	3	2	4	4	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	4	1	3	2	2	111
54	3	2	4	3	3	2	3	2	1	3	3	3	1	3	2	3	3	4	3	2	3	1	3	3	2	4	4	3	2	3	3	3	4	2	2	1	2	3	1	2	2	3	109
55	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	109
56	4	2	2	3	3	4	4	3	2	1	3	3	1	3	3	3	2	4	2	4	4	3	3	1	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	2	2	2	3	1	3	3	3	120
57	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	113
58	4	3	4	2	3	4	3	3	3	2	3	2	2	3	4	4	3	1	3	3	3	1	2	3	2	3	2	2	4	2	2	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	113
59	4	3	3	3	4	3	4	1	3	1	4	3	1	3	3	4	4	4	2	2	4	1	1	4	1	1	2	2	4	4	4	4	4	3	1	2	2	4	4	3	4	4	122
60	4	2	4	4	4	4	2	4	3	1	3	2	2	2	2	4	3	2	3	4	2	3	2	4	2	4	3	2	4	2	4	3	3	4	1	2	2	4	1	3	3	2	119
61	4	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	1	3	2	4	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	1	3	101
62	3	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	1	2	2	3	108
63	3	3	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	1	3	2	4	3	3	4	2	3	2	2	4	4	3	3	3	3	3	3	4	1	1	3	2	1	3	2	4	117
64	3	1	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	101
65	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	3	3	1	3	4	3	4	2	3	1	4	4	2	4	3	3	3	2	4	3	3	2	3	2	3	3	2	117
66	4	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	2	2	2	1	2	2	4	110
67	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	1	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	108
68	4	4	3	1	2	1	4	1	2	1	2	4	3	3	1	3	3	4	1	1	1	4	3	1	3	3	3	1	4	1	2	3	1	2	1	4	4	4	3	1	2	2	10

																																												1
69	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	4	2	2	1	2	3	3	2	3	2	3	3	4	2	2	3	1	3	2	3	1	104
70	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	105
71	3	2	1	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	1	4	2	2	1	3	98
72	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	2	3	3	2	3	3	3	123
73	4	4	3	3	4	4	4	2	4	3	2	3	1	2	3	4	3	4	3	4	4	1	2	4	2	4	3	2	4	4	3	4	3	4	2	1	3	3	2	3	2	4	128
74	4	3	4	4	4	2	4	1	4	3	4	1	1	2	1	4	4	4	2	2	4	1	2	4	1	4	3	4	2	4	2	4	1	4	1	1	3	4	1	2	1	4	115
75	4	2	3	3	3	3	4	2	3	4	3	1	1	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	1	4	1	4	2	2	2	4	1	4	2	4	122
76	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	2	1	2	3	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	4	2	2	2	2	1	3	1	2	91
77	3	2	1	2	3	2	3	3	2	3	4	4	1	4	2	3	1	3	1	2	3	2	2	2	2	4	4	4	3	1	1	1	3	3	1	3	2	4	4	2	2	3	105
78	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	107
79	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	2	3	112
80	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	4	1	2	1	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	2	2	3	1	3	2	3	103
81	4	2	3	2	4	4	2	3	2	3	3	1	1	3	4	4	4	2	2	2	4	3	2	3	2	4	4	3	4	2	2	2	4	4	2	3	2	3	1	1	3	3	116
82	3	2	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	3	1	3	3	3	3	1	2	3	3	1	2	3	3	3	1	3	3	4	2	1	1	1	2	2	2	3	2	3	3	101
83	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	4	4	1	2	2	4	4	4	3	2	3	3	2	4	1	4	3	2	1	1	1	4	4	4	1	1	1	4	4	1	1	4	99
84	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	111
85	4	2	3	2	3	3	4	2	2	2	3	3	1	3	2	4	3	4	2	3	3	2	2	2	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	2	2	2	1	1	2	2	4	113
86	2	4	3	3	2	2	1	2	1	2	2	3	1	3	2	3	3	1	1	2	4	2	2	2	1	3	3	1	2	4	2	3	3	2	4	1	3	2	3	1	3	3	97
87	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	1	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	109
88	3	4	4	2	2	2	3	2	3	1	2	2	1	2	3	4	4	4	3	3	3	2	2	4	2	2	2	2	3	1	2	3	3	3	2	1	3	4	1	3	1	4	107
89	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	112
90	3	2	3	3	3	4	2	3	2	3	3	1	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	1	3	2	4	4	2	4	3	3	3	2	4	1	2	1	3	2	2	3	2	114
91	4	2	4	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	109

92	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	4	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	105
93	4	3	4	3	3	3	4	1	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	3	3	1	3	2	3	118
94	3	4	4	3	4	2	4	2	4	2	4	4	1	4	2	4	2	3	4	3	4	1	3	3	2	4	3	3	2	4	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	133
95	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	4	4	1	3	4	4	3	4	2	2	3	4	1	2	3	3	4	2	4	2	1	1	1	4	1	2	4	4	2	1	2	3	120
96	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	1	3	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	4	3	3	1	3	135
97	4	2	4	2	2	3	3	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4	3	3	3	3	1	2	2	2	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	2	1	4	2	3	3	2	115
98	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	114
99	4	4	4	2	3	3	3	4	4	3	2	2	1	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	2	4	1	2	4	4	1	3	2	4	132
100	4	2	4	3	3	4	2	4	2	2	4	3	1	3	4	4	3	4	1	4	4	4	2	4	1	4	4	3	4	2	1	4	4	4	4	4	2	4	1	3	4	2	130
101	4	1	4	1	1	4	3	4	2	4	3	3	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	1	2	4	3	4	2	2	3	2	4	2	2	1	4	1	4	3	4	124
102	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	1	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	4	1	4	3	3	2	2	2	4	2	3	2	3	118
103	4	3	3	2	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	2	3	118
104	4	4	4	4	4	1	4	1	4	1	4	1	1	4	1	4	4	4	1	1	4	1	1	1	1	4	4	4	1	1	1	4	4	4	1	1	4	4	1	1	1	4	108
105	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	108
106	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	120
107	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	1	2	3	3	2	2	1	3	110
108	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	4	2	2	3	3	2	3	2	3	4	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	116
109	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	1	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	112
110	4	4	4	4	2	3	3	3	2	3	4	3	1	2	2	4	2	4	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	2	2	4	3	1	2	3	4	1	2	2	3	120
111	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	109
112	3	4	1	2	2	2	3	3	3	3	2	3	1	1	3	2	2	4	2	3	3	4	2	3	1	3	4	2	4	2	2	3	3	4	3	1	3	3	1	2	1	2	105
113	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	109
114	4	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	3	4	2	3	3	3	4	3	3	3	2	1	4	2	2	2	2	112

115	4	2	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	2	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	2	2	2	2	2	2	3	124
116	4	2	4	2	3	3	2	2	2	2	2	4	1	3	2	4	3	1	2	3	3	1	2	3	1	4	3	3	2	3	2	2	4	3	2	2	2	3	1	2	1	4	104
117	3	2	4	2	3	2	4	2	1	1	3	2	1	3	2	4	3	4	2	4	3	3	2	3	3	4	3	3	2	2	2	4	3	4	1	3	1	3	1	1	1	4	108
118	4	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	113
119	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	1	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	112
120	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	1	4	2	3	105
121	3	2	3	3	4	3	3	2	2	3	2	2	2	1	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	105
122	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	114
123	4	4	4	4	4	4	3	1	1	4	4	4	1	4	4	4	2	3	3	4	4	2	1	2	3	4	3	2	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	121
124	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	106
125	4	4	4	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	111

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

2-3 Tabulasi Data Uji Coba Skala Konformitas Kelompok

S/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	Jmlh
1	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	93
2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	92
3	2	2	3	1	1	1	4	4	3	1	1	4	3	3	1	1	1	1	4	4	3	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	4	4	1	74
4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	91
5	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	89
6	1	1	1	1	1	4	1	1	2	2	4	4	3	3	2	2	1	1	2	4	1	3	3	1	1	3	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	66
7	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	92
8	2	2	2	3	3	3	1	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3	3	1	4	4	4	4	3	3	4	2	3	3	3	2	4	1	4	2	3	103
9	3	2	4	4	3	3	3	1	2	2	3	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3	1	4	1	4	2	2	102
10	1	4	1	2	1	1	2	3	3	1	4	4	3	2	3	4	1	1	4	4	4	4	1	4	4	4	4	2	3	2	2	4	1	4	1	4	97
11	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	94
12	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	80
13	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	45
14	1	1	3	1	3	3	1	1	1	1	1	2	3	3	1	1	1	1	4	4	2	4	4	2	1	1	1	1	1	1	4	4	4	1	4	4	76
15	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	90
16	2	1	4	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	1	2	3	3	2	3	2	2	1	3	1	3	3	2	87
17	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	85
18	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	89
19	1	2	2	2	2	2	3	4	4	3	4	3	1	2	1	1	4	1	4	4	4	3	3	4	1	2	2	2	1	2	4	4	3	3	4	1	93
20	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	90
21	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	103
22	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	91
23	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	87
24	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	97
25	2	2	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	82
26	1	1	1	2	1	3	3	2	4	1	3	3	4	4	3	2	1	1	1	3	1	4	1	1	1	3	3	3	3	1	1	4	1	2	1	1	75
27	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	94

28	1	1	4	1	1	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	1	1	4	1	4	1	4	105
29	2	2	4	2	3	1	3	2	3	2	3	2	4	3	3	3	1	1	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	1	1	1	3	1	3	1	2	81
30	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	3	1	1	1	2	2	2	1	3	2	53
31	3	4	4	4	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	3	2	2	2	2	1	1	95
32	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	3	1	2	2	1	76
33	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	1	81
34	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	4	2	3	2	2	94
35	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	88
36	1	1	3	1	1	1	1	2	2	1	1	1	4	4	3	3	1	1	2	3	3	3	1	1	3	3	4	3	2	1	1	3	1	2	1	2	71
37	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	96
38	1	1	3	1	1	1	4	3	4	4	4	2	4	4	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	4	4	89
39	1	2	3	3	1	2	2	3	3	1	2	2	4	4	3	3	2	2	3	3	3	3	1	2	3	2	4	3	2	2	2	4	2	3	2	3	90
40	1	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	95
41	2	2	3	3	2	3	4	2	2	2	1	2	3	3	3	3	1	1	2	3	3	3	2	1	2	3	3	3	2	2	2	3	2	1	2	1	82
42	1	1	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2	2	1	3	3	2	2	3	86
43	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	83
44	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	103
45	1	1	3	1	1	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	1	3	2	2	2	2	84
46	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	94
47	2	1	4	4	3	4	3	2	3	2	3	1	4	4	2	3	1	2	3	4	1	3	1	2	2	3	2	3	2	2	1	3	1	2	2	1	86
48	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	4	4	4	1	1	2	3	2	2	1	2	2	4	2	4	1	3	2	3	1	1	2	1	85
49	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2	1	4	1	3	2	2	89
50	3	2	3	3	1	2	3	2	2	1	3	1	4	4	4	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	4	3	2	1	2	3	1	3	1	2	87
51	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	87
52	2	1	1	3	3	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	1	2	2	3	3	3	2	2	1	3	2	3	2	3	83
53	2	2	3	3	3	3	2	3	2	1	3	2	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	4	1	2	2	3	91
54	2	2	2	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	3	2	2	1	3	2	2	1	3	87
55	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	92
56	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	95
57	1	1	1	3	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	1	3	3	2	2	4	4	1	1	1	2	4	1	80
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	98

59	2	2	4	4	2	2	3	3	3	1	3	1	3	4	4	4	1	2	4	3	4	4	1	3	4	4	3	3	2	2	1	1	1	3	2	2	95
60	1	1	4	2	1	1	4	4	4	1	1	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	1	4	3	4	4	2	4	2	2	1	4	1	3	1	3	97
61	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	1	3	1	2	2	2	89
62	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	95
63	3	2	3	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	3	2	82
64	2	2	4	2	2	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	1	4	2	2	2	3	92
65	1	1	3	2	1	1	2	4	4	2	3	1	4	3	3	1	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	2	1	2	87
66	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	90
67	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	89
68	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	1	4	4	2	2	1	1	1	2	2	4	4	3	1	2	2	2	1	1	3	2	4	3	4	3	98
69	3	3	3	2	3	3	1	2	1	2	3	2	2	3	2	3	3	1	2	3	2	3	1	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	85
70	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	89
71	3	2	2	2	1	2	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	1	2	3	3	4	3	2	2	2	3	2	3	1	1	87
72	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	97
73	2	2	4	4	2	3	2	1	2	2	2	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	4	2	2	2	2	96
74	2	2	4	4	2	1	4	3	3	1	3	1	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3	1	3	3	4	4	4	4	2	1	3	3	2	1	3	101
75	2	2	4	2	1	3	4	4	4	2	3	2	3	4	3	2	1	1	4	3	3	3	1	2	3	3	3	3	1	1	3	4	1	4	1	3	93
76	1	1	3	3	2	4	3	3	2	2	2	3	4	4	2	2	1	2	3	3	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2	1	3	1	2	2	1	84
77	2	2	3	2	1	4	4	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	1	4	4	3	4	1	2	2	3	2	2	1	1	2	4	2	2	2	3	93
78	2	2	3	2	1	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	90
79	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	4	3	2	3	2	3	2	3	1	3	3	3	96
80	2	2	3	4	3	2	3	2	3	2	4	2	3	3	4	4	2	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	1	3	1	2	2	3	101
81	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	1	1	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	4	2	1	2	2	86
82	2	2	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	1	4	4	3	3	3	4	1	1	2	1	3	2	96
83	1	1	3	1	1	1	3	4	4	2	1	1	4	4	3	3	1	1	2	2	2	2	1	1	2	3	3	3	1	3	1	4	1	1	1	3	75
84	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	88
85	2	2	4	3	2	2	3	3	3	2	3	1	4	3	3	4	2	2	3	3	4	3	2	2	4	3	3	3	3	2	1	4	2	3	2	2	97
86	3	4	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	4	2	2	1	4	2	2	2	2	3	2	2	1	4	3	3	3	4	1	3	98
87	2	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	96
88	1	2	3	4	4	4	2	1	3	2	4	2	4	4	3	4	2	2	3	4	2	4	2	4	3	4	4	4	3	3	2	3	1	3	1	2	103
89	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	78

90	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	92
91	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	87
92	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	93
93	2	3	2	2	2	3	1	2	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	1	2	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	2	2	86
94	1	1	3	3	1	2	2	2	3	1	2	2	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	1	3	2	3	1	2	93
95	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	3	1	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	1	1	3	3	2	3	3	2	92
96	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	92
97	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	92
98	1	3	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	1	1	2	3	2	1	4	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	1	93
99	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	1	2	3	3	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	1	3	1	2	1	3	89
100	2	1	2	2	2	3	1	1	2	1	1	1	4	4	3	1	1	1	2	3	2	2	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	62
101	2	1	2	2	3	4	1	1	1	1	1	1	4	4	4	3	1	2	1	2	1	1	1	1	4	4	2	2	2	2	2	3	1	4	3	1	75
102	1	2	3	2	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	1	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	89
103	1	1	3	2	1	1	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	1	3	1	1	1	1	77
104	4	4	4	4	4	4	1	4	4	1	4	1	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	4	1	4	1	4	114
105	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	1	3	2	2	85
106	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	3	3	3	3	2	1	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	82
107	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	93
108	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	88
109	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	88
110	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	2	3	1	2	3	3	100
111	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	89
112	1	1	2	2	1	4	2	1	2	2	1	3	3	2	3	3	1	1	1	3	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	1	68
113	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	98

114	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	107
115	2	2	4	3	3	3	2	3	2	1	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	96
116	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	98
117	2	2	3	2	1	1	3	2	3	1	2	2	3	4	2	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1	2	3	2	2	1	2	84
118	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	4	2	3	99
119	4	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	108
120	1	2	4	2	1	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	1	1	3	3	3	2	1	2	3	1	3	3	1	1	2	4	2	2	1	4	82
121	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	89
122	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	93
123	1	1	2	1	3	3	2	2	4	3	3	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	4	3	2	3	3	2	1	3	4	4	4	3	1	85
124	4	4	3	3	4	3	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	98
125	4	4	4	4	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	98

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

Lampiran 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

3-1 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif

3-2 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala *Psychological Meaning Of Money*

3-3 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Konformitas Kelompok

3-1 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif

(PUTARAN 1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	125	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	48

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.08	.736	125
VAR00002	2.49	.809	125
VAR00003	2.70	.730	125
VAR00004	2.46	.768	125
VAR00005	2.08	.768	125
VAR00006	2.19	.759	125
VAR00007	2.06	.770	125
VAR00008	2.21	.699	125
VAR00009	2.41	.731	125
VAR00010	2.28	.809	125
VAR00011	1.87	.684	125
VAR00012	2.13	.672	125
VAR00013	1.62	.605	125
VAR00014	1.85	.673	125
VAR00015	1.89	.638	125
VAR00016	1.97	.671	125
VAR00017	2.11	.675	125
VAR00018	2.82	.752	125
VAR00019	2.17	.693	125

VAR00020	2.70	.721	125
VAR00021	1.50	.667	125
VAR00022	1.98	.740	125
VAR00023	1.94	.657	125
VAR00024	2.15	.852	125
VAR00025	2.44	.777	125
VAR00026	1.96	.700	125
VAR00027	2.63	.799	125
VAR00028	2.22	.691	125
VAR00029	1.62	.668	125
VAR00030	1.74	.662	125
VAR00031	2.06	.733	125
VAR00032	1.64	.559	125
VAR00033	3.20	.672	125
VAR00034	2.16	.734	125
VAR00035	2.04	.787	125
VAR00036	2.06	.770	125
VAR00037	2.38	.801	125
VAR00038	1.93	.709	125
VAR00039	2.10	.645	125
VAR00040	1.94	.722	125
VAR00041	1.77	.709	125
VAR00042	1.90	.653	125
VAR00043	1.79	.664	125
VAR00044	1.82	.708	125
VAR00045	1.78	.670	125
VAR00046	1.75	.631	125
VAR00047	1.64	.653	125
VAR00048	1.85	.648	125

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	98.02	230.258	.198	.916
VAR00002	98.61	226.821	.318	.915
VAR00003	98.39	229.885	.217	.916
VAR00004	98.63	227.622	.302	.915
VAR00005	99.02	219.774	.652	.911

VAR00006	98.90	222.378	.542	.913
VAR00007	99.03	222.063	.547	.913
VAR00008	98.89	226.391	.396	.914
VAR00009	98.69	231.329	.151	.917
VAR00010	98.82	230.716	.156	.917
VAR00011	99.22	225.127	.469	.914
VAR00012	98.97	230.080	.230	.916
VAR00013	99.47	227.122	.424	.914
VAR00014	99.25	223.769	.546	.913
VAR00015	99.21	225.263	.499	.913
VAR00016	99.13	223.500	.561	.913
VAR00017	98.98	223.726	.547	.913
VAR00018	98.27	227.425	.319	.915
VAR00019	98.93	222.842	.575	.912
VAR00020	98.40	226.903	.359	.915
VAR00021	99.60	225.355	.470	.914
VAR00022	99.11	223.810	.490	.913
VAR00023	99.16	223.668	.566	.913
VAR00024	98.94	220.763	.542	.913
VAR00025	98.66	227.276	.313	.915
VAR00026	99.14	223.925	.515	.913
VAR00027	98.46	241.267	-.270	.921
VAR00028	98.88	229.316	.259	.916
VAR00029	99.47	223.687	.555	.913
VAR00030	99.36	225.861	.448	.914
VAR00031	99.04	229.765	.221	.916
VAR00032	99.46	226.750	.484	.914
VAR00033	97.90	235.626	-.042	.918
VAR00034	98.94	222.431	.559	.913
VAR00035	99.06	222.344	.522	.913
VAR00036	99.03	222.176	.542	.913
VAR00037	98.71	224.997	.399	.914
VAR00038	99.17	222.141	.595	.912
VAR00039	98.99	224.347	.541	.913
VAR00040	99.15	221.469	.616	.912
VAR00041	99.33	224.545	.479	.913
VAR00042	99.19	225.302	.484	.913
VAR00043	99.30	225.358	.473	.914
VAR00044	99.27	226.264	.397	.914
VAR00045	99.32	225.268	.472	.914

VAR00046	99.34	227.550	.382	.914
VAR00047	99.46	223.766	.565	.913
VAR00048	99.25	226.253	.438	.914

(PUTARAN 2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	125	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	40

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00002	2.49	.809	125
VAR00004	2.46	.768	125
VAR00005	2.08	.768	125
VAR00006	2.19	.759	125
VAR00007	2.06	.770	125
VAR00008	2.21	.699	125
VAR00011	1.87	.684	125
VAR00013	1.62	.605	125
VAR00014	1.85	.673	125
VAR00015	1.89	.638	125
VAR00016	1.97	.671	125
VAR00017	2.11	.675	125
VAR00018	2.82	.752	125
VAR00019	2.17	.693	125

VAR00020	2.70	.721	125
VAR00021	1.50	.667	125
VAR00022	1.98	.740	125
VAR00023	1.94	.657	125
VAR00024	2.15	.852	125
VAR00025	2.44	.777	125
VAR00026	1.96	.700	125
VAR00028	2.22	.691	125
VAR00029	1.62	.668	125
VAR00030	1.74	.662	125
VAR00032	1.64	.559	125
VAR00034	2.16	.734	125
VAR00035	2.04	.787	125
VAR00036	2.06	.770	125
VAR00037	2.38	.801	125
VAR00038	1.93	.709	125
VAR00039	2.10	.645	125
VAR00040	1.94	.722	125
VAR00041	1.77	.709	125
VAR00042	1.90	.653	125
VAR00043	1.79	.664	125
VAR00044	1.82	.708	125
VAR00045	1.78	.670	125
VAR00046	1.75	.631	125
VAR00047	1.64	.653	125
VAR00048	1.85	.648	125

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00002	78.12	205.800	.298	.930
VAR00004	78.14	206.673	.277	.930
VAR00005	78.53	198.703	.651	.926
VAR00006	78.42	200.922	.553	.927
VAR00007	78.54	200.379	.570	.927
VAR00008	78.40	205.065	.391	.929
VAR00011	78.74	204.244	.444	.928

VAR00013	78.98	205.693	.422	.929
VAR00014	78.76	202.732	.532	.928
VAR00015	78.72	203.848	.501	.928
VAR00016	78.64	202.668	.537	.927
VAR00017	78.50	201.817	.580	.927
VAR00018	77.78	206.461	.294	.930
VAR00019	78.44	201.571	.576	.927
VAR00020	77.91	206.049	.329	.929
VAR00021	79.11	203.245	.509	.928
VAR00022	78.62	201.962	.517	.928
VAR00023	78.67	201.835	.596	.927
VAR00024	78.46	199.347	.553	.927
VAR00025	78.17	206.254	.293	.930
VAR00026	78.65	203.101	.491	.928
VAR00028	78.39	208.208	.236	.930
VAR00029	78.98	201.758	.589	.927
VAR00030	78.87	204.242	.460	.928
VAR00032	78.97	205.031	.502	.928
VAR00034	78.45	201.507	.544	.927
VAR00035	78.57	200.731	.540	.927
VAR00036	78.54	200.927	.544	.927
VAR00037	78.22	203.401	.409	.929
VAR00038	78.68	200.365	.624	.927
VAR00039	78.50	202.784	.554	.927
VAR00040	78.66	200.160	.622	.927
VAR00041	78.84	202.926	.493	.928
VAR00042	78.70	203.920	.485	.928
VAR00043	78.82	203.958	.474	.928
VAR00044	78.78	204.429	.418	.929
VAR00045	78.83	203.673	.484	.928
VAR00046	78.86	205.334	.423	.928
VAR00047	78.97	202.112	.585	.927
VAR00048	78.76	204.781	.441	.928

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
80.61	213.385	14.608	40

3-2 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala *Psychological Meaning Of Money*

PUTARAN 1 (Try Out 1 Sebelum Perbaikan Aitem)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	125	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.698	42

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.44	.627	125
VAR00002	2.59	.843	125
VAR00003	3.22	.728	125
VAR00004	2.65	.775	125
VAR00005	3.05	.607	125
VAR00006	2.76	.766	125
VAR00007	2.92	.758	125
VAR00008	2.44	.787	125
VAR00009	2.43	.733	125
VAR00010	2.46	.778	125
VAR00011	2.78	.702	125
VAR00012	2.61	.782	125
VAR00013	1.70	.650	125
VAR00014	2.46	.778	125
VAR00015	2.53	.758	125
VAR00016	3.26	.659	125
VAR00017	3.01	.666	125
VAR00018	3.15	.794	125
VAR00019	2.47	.758	125
VAR00020	2.83	.738	125

VAR00021	3.10	.640	125
VAR00022	2.38	.913	125
VAR00023	2.26	.742	125
VAR00024	2.72	.819	125
VAR00025	1.96	.627	125
VAR00026	3.14	.776	125
VAR00027	2.88	.736	125
VAR00028	2.50	.736	125
VAR00029	2.91	.762	125
VAR00030	2.74	.761	125
VAR00031	2.48	.768	125
VAR00032	2.98	.672	125
VAR00033	2.85	.752	125
VAR00034	3.31	.640	125
VAR00035	2.11	.785	125
VAR00036	1.90	.593	125
VAR00037	2.19	.726	125
VAR00038	2.87	.842	125
VAR00039	1.87	.783	125
VAR00040	2.38	.769	125
VAR00041	2.06	.738	125
VAR00042	2.77	.834	125

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	107.68	69.252	.318	.687
VAR00002	108.53	70.364	.133	.697
VAR00003	107.90	68.368	.337	.685
VAR00004	108.47	69.251	.241	.690
VAR00005	108.07	69.938	.261	.690
VAR00006	108.36	68.587	.298	.687
VAR00007	108.20	68.306	.326	.685
VAR00008	108.68	70.300	.155	.695
VAR00009	108.69	70.184	.182	.694
VAR00010	108.66	72.115	.018	.703
VAR00011	108.34	68.870	.309	.687
VAR00012	108.51	70.220	.163	.695

VAR00013	109.42	75.972	-.303	.717
VAR00014	108.66	69.935	.186	.693
VAR00015	108.59	68.937	.274	.688
VAR00016	107.86	69.635	.263	.689
VAR00017	108.11	71.810	.063	.700
VAR00018	107.97	70.451	.141	.696
VAR00019	108.65	69.278	.247	.690
VAR00020	108.29	67.803	.380	.682
VAR00021	108.02	68.169	.414	.682
VAR00022	108.74	69.127	.198	.693
VAR00023	108.86	69.624	.225	.691
VAR00024	108.40	67.823	.331	.684
VAR00025	109.16	71.442	.106	.697
VAR00026	107.98	69.806	.197	.693
VAR00027	108.24	69.329	.252	.690
VAR00028	108.62	70.559	.150	.695
VAR00029	108.21	68.231	.330	.685
VAR00030	108.38	67.640	.379	.682
VAR00031	108.64	71.910	.035	.702
VAR00032	108.14	69.925	.230	.691
VAR00033	108.27	70.700	.134	.696
VAR00034	107.81	68.511	.381	.684
VAR00035	109.01	72.476	-.010	.705
VAR00036	109.22	71.691	.091	.698
VAR00037	108.93	71.293	.093	.699
VAR00038	108.25	68.656	.258	.689
VAR00039	109.25	73.962	-.120	.712
VAR00040	108.74	70.079	.178	.694
VAR00041	109.06	69.537	.234	.691
VAR00042	108.35	71.617	.046	.702

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
111.12	72.961	8.542	42

(PUTARAN 2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	125	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	16

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.44	.627	125
VAR00003	3.22	.728	125
VAR00005	3.05	.607	125
VAR00006	2.76	.766	125
VAR00007	2.92	.758	125
VAR00011	2.78	.702	125
VAR00015	2.53	.758	125
VAR00016	3.26	.659	125
VAR00020	2.83	.738	125
VAR00021	3.10	.640	125
VAR00024	2.72	.819	125
VAR00027	2.88	.736	125
VAR00029	2.91	.762	125
VAR00030	2.74	.761	125
VAR00034	3.31	.640	125
VAR00038	2.87	.842	125

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	43.89	24.649	.490	.723
VAR00003	44.10	24.481	.428	.727
VAR00005	44.28	25.768	.317	.737

VAR00006	44.57	24.457	.402	.729
VAR00007	44.41	25.437	.272	.742
VAR00011	44.54	26.153	.201	.747
VAR00015	44.80	24.903	.346	.735
VAR00016	44.07	25.100	.388	.731
VAR00020	44.50	24.317	.444	.725
VAR00021	44.23	25.228	.382	.732
VAR00024	44.61	25.047	.290	.741
VAR00027	44.45	25.927	.217	.747
VAR00029	44.42	24.390	.415	.728
VAR00030	44.58	25.342	.284	.741
VAR00034	44.02	24.661	.475	.724
VAR00038	44.46	25.847	.179	.753

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
47.33	28.093	5.300	16

PUTARAN 1 (Setelah Penambahan Aitem)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	125	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	42

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.44	.627	125
VAR00002	2.50	.848	125
VAR00003	3.22	.728	125

VAR00004	3.09	.843	125
VAR00005	3.05	.607	125
VAR00006	2.76	.766	125
VAR00007	2.92	.758	125
VAR00008	3.07	.785	125
VAR00009	2.70	.785	125
VAR00010	2.71	.705	125
VAR00011	2.78	.702	125
VAR00012	2.57	.711	125
VAR00013	3.36	.627	125
VAR00014	2.62	.758	125
VAR00015	2.53	.758	125
VAR00016	3.26	.659	125
VAR00017	3.25	.604	125
VAR00018	2.74	.879	125
VAR00019	2.68	.789	125
VAR00020	2.83	.738	125
VAR00021	3.10	.640	125
VAR00022	2.02	.735	125
VAR00023	2.77	.709	125
VAR00024	2.72	.819	125
VAR00025	2.50	.867	125
VAR00026	2.58	.754	125
VAR00027	2.88	.736	125
VAR00028	2.24	.689	125
VAR00029	2.91	.762	125
VAR00030	2.74	.761	125
VAR00031	2.89	.638	125
VAR00032	3.19	.644	125
VAR00033	2.86	.668	125
VAR00034	3.31	.640	125
VAR00035	2.97	.621	125
VAR00036	2.00	.696	125
VAR00037	2.41	.685	125
VAR00038	2.87	.842	125
VAR00039	3.12	.667	125
VAR00040	2.64	.756	125
VAR00041	2.14	.769	125
VAR00042	2.43	.817	125

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	113.94	92.625	.404	.780
VAR00002	114.88	91.881	.326	.782
VAR00003	114.15	94.259	.220	.786
VAR00004	114.29	92.336	.300	.783
VAR00005	114.33	93.819	.315	.783
VAR00006	114.62	93.061	.287	.783
VAR00007	114.46	95.427	.128	.789
VAR00008	114.30	93.907	.222	.786
VAR00009	114.68	90.994	.420	.778
VAR00010	114.66	94.451	.215	.786
VAR00011	114.59	95.437	.143	.788
VAR00012	114.81	90.834	.484	.777
VAR00013	114.02	94.371	.257	.785
VAR00014	114.75	92.607	.323	.782
VAR00015	114.85	93.614	.253	.785
VAR00016	114.12	95.123	.182	.787
VAR00017	114.13	94.129	.290	.784
VAR00018	114.63	93.476	.215	.787
VAR00019	114.70	93.600	.241	.785
VAR00020	114.54	94.057	.230	.786
VAR00021	114.28	95.106	.191	.787
VAR00022	115.35	96.843	.036	.792
VAR00023	114.61	93.450	.288	.784
VAR00024	114.66	94.453	.174	.788
VAR00025	114.87	92.903	.254	.785
VAR00026	114.80	91.145	.429	.778
VAR00027	114.50	94.381	.208	.786
VAR00028	115.14	93.151	.321	.782
VAR00029	114.46	93.589	.253	.785
VAR00030	114.63	94.283	.205	.787
VAR00031	114.49	92.816	.380	.781
VAR00032	114.18	95.329	.171	.787
VAR00033	114.52	92.687	.370	.781
VAR00034	114.06	94.302	.256	.785

VAR00035	114.41	93.002	.376	.781
VAR00036	115.38	96.333	.079	.791
VAR00037	114.97	97.773	-.025	.794
VAR00038	114.50	95.462	.105	.791
VAR00039	114.26	93.160	.333	.782
VAR00040	114.74	92.325	.344	.781
VAR00041	115.23	94.986	.155	.788
VAR00042	114.94	90.940	.404	.779

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
117.38	97.898	9.894	42

PUTARAN 2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	125	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	23

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.44	.627	125
VAR00002	2.50	.848	125
VAR00004	3.09	.843	125
VAR00005	3.05	.607	125
VAR00006	2.76	.766	125
VAR00009	2.70	.785	125
VAR00012	2.57	.711	125
VAR00013	3.36	.627	125

VAR00014	2.62	.758	125
VAR00015	2.53	.758	125
VAR00017	3.25	.604	125
VAR00023	2.77	.709	125
VAR00025	2.50	.867	125
VAR00026	2.58	.754	125
VAR00028	2.24	.689	125
VAR00029	2.91	.762	125
VAR00031	2.89	.638	125
VAR00033	2.86	.668	125
VAR00034	3.31	.640	125
VAR00035	2.97	.621	125
VAR00039	3.12	.667	125
VAR00040	2.64	.756	125
VAR00042	2.43	.817	125

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	61.63	48.363	.363	.796
VAR00002	62.58	46.827	.377	.795
VAR00004	61.98	48.677	.216	.804
VAR00005	62.02	49.217	.274	.800
VAR00006	62.31	48.362	.279	.800
VAR00009	62.38	46.640	.435	.791
VAR00012	62.50	45.817	.582	.784
VAR00013	61.71	49.400	.241	.801
VAR00014	62.45	46.943	.424	.792
VAR00015	62.54	48.589	.261	.801
VAR00017	61.82	48.743	.333	.797
VAR00023	62.30	47.923	.356	.796
VAR00025	62.57	48.167	.250	.803
VAR00026	62.50	46.946	.427	.792
VAR00028	62.83	47.302	.438	.792
VAR00029	62.16	49.071	.213	.803
VAR00031	62.18	46.926	.525	.788
VAR00033	62.22	47.413	.441	.792
VAR00034	61.76	50.329	.130	.806

VAR00035	62.10	47.562	.464	.791
VAR00039	61.95	48.869	.280	.799
VAR00040	62.43	47.876	.332	.797
VAR00042	62.64	46.426	.434	.791

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
65.07	51.922	7.206	23

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

3-3 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Konformitas Kelompok

(PUTARAN 1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	125	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	36

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.02	.746	125
VAR00002	2.02	.735	125
VAR00003	2.85	.730	125
VAR00004	2.56	.797	125
VAR00005	2.23	.844	125
VAR00006	2.55	.808	125
VAR00007	2.51	.789	125
VAR00008	2.51	.809	125
VAR00009	2.71	.682	125
VAR00010	2.01	.678	125
VAR00011	2.58	.774	125
VAR00012	2.09	.635	125
VAR00013	3.14	.534	125
VAR00014	3.15	.540	125
VAR00015	2.85	.685	125
VAR00016	2.83	.681	125
VAR00017	2.14	.786	125
VAR00018	1.96	.689	125
VAR00019	2.74	.717	125
VAR00020	2.92	.630	125
VAR00021	2.70	.698	125

VAR00022	2.79	.639	125
VAR00023	2.00	.730	125
VAR00024	2.30	.754	125
VAR00025	2.65	.775	125
VAR00026	2.86	.656	125
VAR00027	2.73	.711	125
VAR00028	2.78	.633	125
VAR00029	2.33	.791	125
VAR00030	2.29	.781	125
VAR00031	1.82	.661	125
VAR00032	2.99	.713	125
VAR00033	1.86	.688	125
VAR00034	2.48	.768	125
VAR00035	2.06	.738	125
VAR00036	2.25	.790	125

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	87.26	92.692	.368	.828
VAR00002	87.26	91.063	.494	.824
VAR00003	86.43	93.183	.341	.829
VAR00004	86.72	89.429	.561	.822
VAR00005	87.05	92.046	.356	.828
VAR00006	86.73	96.442	.090	.837
VAR00007	86.77	94.260	.238	.832
VAR00008	86.77	91.760	.394	.827
VAR00009	86.57	94.344	.281	.831
VAR00010	87.27	95.522	.192	.833
VAR00011	86.70	89.907	.546	.822
VAR00012	87.19	98.802	-.054	.839
VAR00013	86.14	98.280	-.004	.837
VAR00014	86.13	98.096	.013	.836
VAR00015	86.43	92.183	.447	.826
VAR00016	86.45	90.701	.568	.823
VAR00017	87.14	91.124	.452	.825
VAR00018	87.32	93.945	.308	.830
VAR00019	86.54	93.654	.314	.830

VAR00020	86.36	95.168	.241	.832
VAR00021	86.58	90.938	.533	.823
VAR00022	86.49	93.720	.356	.829
VAR00023	87.28	96.784	.084	.836
VAR00024	86.98	92.217	.397	.827
VAR00025	86.63	90.234	.522	.823
VAR00026	86.42	91.407	.533	.824
VAR00027	86.55	93.185	.352	.829
VAR00028	86.50	91.526	.545	.824
VAR00029	86.95	90.691	.479	.824
VAR00030	86.99	91.960	.398	.827
VAR00031	87.46	96.379	.132	.834
VAR00032	86.29	95.287	.196	.833
VAR00033	87.42	97.197	.063	.836
VAR00034	86.80	92.355	.378	.828
VAR00035	87.22	100.074	-.142	.843
VAR00036	87.03	92.015	.389	.827

(PUTARAN 2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	125	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	125	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.02	.746	125
VAR00002	2.02	.735	125
VAR00003	2.85	.730	125

VAR00004	2.56	.797	125
VAR00005	2.23	.844	125
VAR00008	2.51	.809	125
VAR00009	2.71	.682	125
VAR00011	2.58	.774	125
VAR00015	2.85	.685	125
VAR00016	2.83	.681	125
VAR00017	2.14	.786	125
VAR00018	1.96	.689	125
VAR00019	2.74	.717	125
VAR00021	2.70	.698	125
VAR00022	2.79	.639	125
VAR00024	2.30	.754	125
VAR00025	2.65	.775	125
VAR00026	2.86	.656	125
VAR00027	2.73	.711	125
VAR00028	2.78	.633	125
VAR00029	2.33	.791	125
VAR00030	2.29	.781	125
VAR00034	2.48	.768	125
VAR00036	2.25	.790	125

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	58.14	75.538	.367	.872
VAR00002	58.14	73.877	.509	.868
VAR00003	57.31	75.733	.360	.872
VAR00004	57.60	72.290	.584	.865
VAR00005	57.93	75.309	.329	.874
VAR00008	57.65	75.440	.338	.873
VAR00009	57.45	77.362	.252	.875
VAR00011	57.58	73.537	.505	.868
VAR00015	57.31	74.103	.532	.867
VAR00016	57.33	72.803	.652	.864
VAR00017	58.02	74.378	.431	.870
VAR00018	58.20	76.145	.352	.872
VAR00019	57.42	76.616	.296	.874

VAR00021	57.46	73.977	.531	.867
VAR00022	57.37	76.944	.312	.873
VAR00024	57.86	75.608	.356	.872
VAR00025	57.51	72.091	.619	.864
VAR00026	57.30	73.487	.616	.865
VAR00027	57.43	74.715	.457	.869
VAR00028	57.38	73.787	.612	.866
VAR00029	57.83	72.770	.552	.866
VAR00030	57.87	74.338	.438	.870
VAR00034	57.68	75.623	.347	.873
VAR00036	57.91	75.210	.366	.872

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
60.16	80.845	8.991	24

Lampiran 4

SKALA PENELITIAN

4-1 Skala Perilaku Konsumtif (Skala 1)

4-2 Skala *Psychological Meaning Of Money* (Skala 2)

4-3 Skala Konformitas Kelompok (Skala 3)

SKALA PSIKOLOGI

Skala 1

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saat mengakses Shopee saya mudah tertarik terhadap produk yang bagus dan langsung membelinya.				
2	Saya akan membeli produk apapun selama membuat hati saya gembira				
3	Saya tidak memperdulikan berapa banyak uang yang harus saya keluarkan untuk membeli produk yang saya inginkan				
4	Saya tidak segan mengeluarkan banyak uang untuk membeli produk yang bermerek				
5	Saya membeli produk bermerek untuk menunjang penampilan saya agar terlihat lebih menarik daripada teman lain				
6	Saya selalu membeli produk dengan model terbaru agar tidak ketinggalan zaman				
7	Saya hanya membeli produk sesuai kebutuhan				
8	Produk yang saya inginkan tidak harus segera saya beli saat itu jika belum punya uang				
9	Saya selalu menabung saat hendak membeli sesuatu				
10	Saya selalu berpenampilan apa adanya				
11	Saya jarang membeli pakaian yang sedang menjadi trend saat ini				
12	Saya sering membeli produk tanpa perhitungan karena takut kehabisan				
13	Saya sering membeli beberapa produk diShopee terutama jika diskon				
14	Saya langsung membeli semua produk yang saya suka saat menemukan beberapa pakaian yang saya suka di Shopee				
15	Saya selalu membeli produk sesuai				

	dengan warna kesukaan saya				
16	Saya harus membeli produk yang saya inginkan walaupun harus meminjam uang kepada teman				
17	Saya akan membeli produk yang saya suka tanpa melihat harga				
18	Saya akan membeli produk terbaru dari brand ternama				
19	Saya senang penampilan saya menjadi pusat perhatian dikalangan teman saya				
20	Saya tidak mudah tergiur produk yang sedang diskon di Shopee				
21	Saya membeli produk hanya saat dibutuhkan				
22	Uang yang saya punya lebih baik ditabung daripada untuk membeli produk di Shopee				
23	Saya akan mempertimbangkan harga terlebih dahulu sebelum membeli suatu produk				
24	Sebelum membeli produk saya selalu mencari harga termurah di Shopee terlebih dahulu				
25	Saya berusaha menjadi diri sendiri meskipun dalam berpakaian sekalipun				
26	Tanpa pertimbangan saya membeli produk yang saya suka di Shopee				
27	Saya masih tetap membeli produk skincare di Shopee walaupun stok dirumah masih ada				
28	Saya memborong semua produk kesukaan saya di Shopee terlebih sedang diskon				
29	Harga yang mahal tidak menjadi masalah apabila saya benar-benar ingin memiliki produk tersebut				
30	Saya membeli tas bermerek untuk menunjang penampilan saya agar terlihat menawan				

31	Saya selalu berusaha agar terlihat lebih menarik dalam berpenampilan dibanding dengan teman-teman				
32	Saya berusaha berpenampilan mengikuti tren agar mendapat pujian dari teman				
33	Saya selalu memikirkan matang-matang saat akan membeli produk di Shopee				
34	Saya lebih baik mementingkan kebutuhan sehari-hari dari pada membeli produk di Shopee				
35	Saya mempertimbangkan produk apa saja yang akan dibeli				
36	Saya akan mencari harga termurah di Shopee saat akan berbelanja kebutuhan				
37	Saya menabung untuk sesuatu yang benar-benar saya butuhkan				
38	Saya memperhitungkan uang yang saya gunakan				
39	Saya lebih mementingkan kenyamanan daripada merek saat membeli pakaian				
40	Saya tidak untuk mengharapkan pujian dari teman saat saya berpakaian				

Skala 2

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya bermimpi menjadi orang kaya yang memiliki banyak uang				
2	Saya sering mencatat pengeluaran uang saku yang saya gunakan untuk keseharian				
3	Saya sering menggunakan uang elektronik (seperti Shopeepay,dana dll) untuk bertransaksi				
4	Saya merasa lebih nyaman menginvestasikan uang dalam bentuk tabungan				
5	Saya merasa dihormati ketika memiliki banyak uang				
6	Saya menggunakan uang saku sesuka hati tanpa mencatat jumlah uang yang saya gunakan				
7	Uang saku saya sering habis dan tidak bisa menabung				
8	Saya hanya berteman dengan orang yang status sosialnya sama dengan saya				
9	Terkadang saya tidak memiliki uang pegangan untuk kebutuhan mendadak				
10	Saya menganggap uang merupakan hal nomor satu				
11	Saya ingin membuka usaha kecil-kecilan untuk menambah uang tabungan saya				
12	Mencatat pengeluaran uang saku adalah hal yang rumit dan membuang-buang waktu				
13	Saya tidak tertarik menggunakan kartu kredit				
14	Uang saku yang saya dapat sekarang hanya untuk kepentingan dimasa sekarang				
15	Saya menyisihkan sebagian uang saku untuk kebutuhan mendadak				

16	Saya percaya semakin saya memiliki banyak uang, maka saya akan semakin merasa senang				
17	Saya menyisihkan sedikit uang saku untuk tabungan dimasa mendatang				
18	Saya menabung untuk modal usaha yang ingin saya bangun dikemudian hari				
19	Uang dapat mempengaruhi orang lain				
20	Saya menyisihkan sebagian uang saku untuk kebutuhan mendadak				
21	Saya kurang memahami cara penggunaan mobile banking				
22	Berinvestasi adalah hal yang rumit				
23	Jatah uang saku saya terkadang habis sebelum waktunya				

Skala 3

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya mengikuti kemauan teman di kelompok agar tidak dijauhi				
2	Saya akan mengubah penampilan agar sesuai dengan kelompok				
3	Saya sering meminta pendapat teman saat hendak membeli sesuatu				
4	Persamaan pendapat dalam sebuah kelompok adalah hal yang penting yang saya utamakan				
5	Apapun yang diputuskan kelompok saya akan patuhi walaupun tidak sesuai dengan harapan saya				
6	Saya lebih suka menyendiri daripada berkelompok				
7	Kesepatan yang telah disetujui kelompok tidak sesuai dengan harapan saya				
8	Saya tidak akan mengikuti aturan kelompok meskpun ada paksaan dari anggota lain				
9	Menaati aturan kelompok akan membantu saya untuk menyelesaikan masalah				
10	Ketentuan yang sudah disepakati oleh kelompok adalah yang terbaik untuk saya jalani				
11	Saya selalu mengikuti perkumpulan kelompok walaupun pekerjaan rumah saya masih banyak				
12	Meskipun ada acara keluarga saya tetap hadir dikegiatan kelompok				
13	Saya lebih memilih untuk tidak hadir saat kelompok mengadakan perkumpulan				
14	Pada saat ada acara berkumpul dengan teman, saya jarang datang				
15	Saya kurang peduli dengan apa yang menjadi kesepakatan kelompok				
16	Saya lebih memilih untuk mengerjakan pekerjaan rumah daripada harus berkumpul dengan kelompok				
17	Saya selalu hadiri saat kelompok mengadakan perkumpulan				

18	Saya mengikuti peraturan apapun yang sudah menjadi kesepakatan kelompok				
19	Kelompok merupakan tempat mendapatkan solusi saat saya memiliki masalah				
20	Kesepakatan dalam kelompok sudah sesuai dengan harapan saya				
21	Saya rela melakukan apapun demi memenuhi harapan kelompok saya				
22	Saya selalu menaati kemauan kelompok walaupun hal tersebut membuat saya kurang nyaman				
23	Saya tidak mempercayai kelompok saya sepenuhnya				
24	Saya tidak terbiasa hidup dibawah tekanan kelompok				

UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
UNISSULA
جامعة سلطان أجونج الإسلامية

Lampiran 5

TABULASI DATA PENELITIAN

5-1 Tabulasi Data Penelitian Skala Perilaku Konsumtif

5-2 Tabulasi Data Penelitian Skala *Psychological Meaning Of Money*

5-3 Tabulasi Data Penelitian Skala Konformitas Kelompok

5-1 Tabulasi Data Penelitian Skala Perilaku Konsumtif

S/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	TOTAL
1	2	3	1	1	2	3	1	1	2	2	2	1	4	2	3	1	2	2	2	3	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	73
2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	88
3	3	4	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	97
4	2	3	2	2	2	2	1	1	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	80
5	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	62
6	4	4	1	1	1	4	1	1	1	1	3	1	4	2	4	1	1	1	4	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	68
7	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	3	1	3	1	1	3	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	74
8	2	2	3	2	3	3	1	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	98
9	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	90
10	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	70
11	2	2	4	2	2	2	1	3	3	1	1	2	4	4	1	1	1	1	1	4	2	4	1	1	1	1	1	3	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	3	73
12	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	3	1	2	1	1	3	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	3	1	2	1	1	61
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	83
14	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	1	1	75
15	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	3	1	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	3	3	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	72
16	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	104
17	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	92
18	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	3	1	1	2	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	54
19	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	69
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	82

21	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	101
22	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	74
23	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	74
24	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	3	3	3	1	2	3	3	2	1	1	1	2	2	2	2	78
25	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	1	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	89
26	2	1	1	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	83
27	2	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	2	4	1	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2	3	1	3	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	76
28	4	1	1	2	2	1	2	1	1	3	2	3	3	1	2	1	2	1	3	3	1	1	1	1	3	2	4	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	68
29	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	45
30	2	2	1	1	2	1	1	1	3	2	1	2	3	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	58
31	2	4	3	4	4	2	2	2	1	2	2	3	3	2	1	1	2	1	3	3	2	1	1	1	2	1	2	2	3	4	3	2	2	1	2	1	1	1	2	2	83
32	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	85
33	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	90
34	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	90
35	2	3	2	2	3	3	2	2	1	3	3	3	4	1	3	1	1	2	2	2	3	3	1	1	2	2	1	1	3	2	3	3	1	2	1	1	1	1	3	3	83
36	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	2	3	1	2	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	95
37	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	1	3	2	2	1	1	2	3	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	1	2	1	2	2	1	2	2	78
38	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	45

39	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	4	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	49
40	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	44
41	3	3	2	4	3	3	1	1	1	2	2	3	4	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	96
42	2	2	1	3	2	2	1	1	1	2	1	2	4	4	2	3	2	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	1	3	1	1	1	3	90
43	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	81
44	3	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	79
45	2	2	4	1	1	1	1	2	2	1	2	1	3	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	54
46	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	4	2	1	1	3	1	1	3	1	3	3	3	1	3	1	2	4	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	2	69
47	2	2	2	3	3	3	2	1	3	2	1	3	3	3	2	2	2	1	2	3	2	2	2	1	1	2	3	3	4	4	3	1	2	2	2	1	1	1	1	2	85
48	2	2	2	3	1	1	2	2	2	1	2	2	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	78
49	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	3	3	2	2	1	2	78
50	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	82
51	2	3	2	2	1	2	1	1	1	1	1	2	4	2	2	1	1	3	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	59
52	2	2	4	2	1	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	4	2	2	2	1	2	2	3	2	2	1	2	83
53	2	3	2	3	3	3	2	2	1	1	1	4	4	4	4	1	1	2	3	3	2	1	1	2	1	1	2	4	2	1	3	2	1	2	2	1	1	1	1	1	81
54	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	88
55	3	4	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	115
56	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	85

57	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	86
58	2	3	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	3	2	4	1	1	2	3	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	2	2	1	1	1	1	1	2	2		70
59	1	3	3	2	3	2	2	1	1	2	2	2	3	3	2	1	2	2	3	1	1	1	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2		81
60	3	3	2	2	2	2	1	2	1	1	3	3	4	2	4	1	2	2	3	3	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1		84
61	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	3	1	4	4	3	4	3	4	3	1	1	1	2	3	2	3	4	3	3	4	3	4	2	2	1	1	2	1	2	2		96
62	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2		55
63	2	1	1	2	1	1	1	2	3	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2		63
64	1	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1		51
65	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2		90
66	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2		88
67	3	2	1	3	1	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2		82
68	3	3	2	3	2	2	2	4	1	3	3	2	3	3	2	1	1	3	2	3	2	3	1	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2		84
69	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		86
70	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	3	3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1		53
71	2	2	2	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	1	1	2	1	2	2	3		75
72	2	2	3	2	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2		67
73	3	4	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	2	4	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2		112
74	3	3	2	2	3	3	2	2	1	2	3	3	4	3	4	2	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3		107

75	3	4	3	2	3	3	2	2	2	1	2	3	4	3	4	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	4	4	3	3	3	3	2	1	2	2	1	1	2	2	95
76	3	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	84
77	3	4	3	3	2	2	2	1	2	2	2	1	4	4	4	1	2	1	1	3	3	2	2	1	1	4	1	3	3	1	1	1	2	3	2	1	1	1	1	1	82
78	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	93
79	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	99
80	2	4	2	2	2	1	1	1	3	1	2	4	4	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	67
81	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	83
82	4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	4	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	2	3	125
83	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	124
84	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3	4	3	4	2	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	127
85	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	139
86	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	2	129
87	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	88
88	3	4	3	4	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	115
89	3	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	1	2	1	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	85
90	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	86
91	2	3	2	2	3	2	1	1	1	1	2	1	3	2	4	1	1	2	3	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	3	2	2	1	1	1	1	1	2	2	70
92	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	1	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	93

5-2 Tabulasi Data Penelitian Skala *Psychological Meaning Of Money*

S/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	TOTAL
1	4	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	2	67
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	64
3	4	2	3	2	3	2	2	4	2	3	3	2	2	2	3	4	3	3	4	3	3	2	2	63
4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	2	3	1	3	3	4	2	4	2	2	2	66
5	2	3	2	3	2	4	4	3	3	2	3	3	1	3	2	2	3	3	4	3	2	3	4	64
6	4	4	4	4	1	4	4	4	4	1	4	4	1	4	1	4	4	4	4	4	4	1	4	77
7	3	3	2	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	2	2	2	65
8	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	58
9	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	61
10	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	64
11	2	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	1	70
12	3	1	3	4	2	4	4	4	3	2	3	2	1	2	1	4	4	3	2	4	2	2	3	63
13	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	63
14	3	2	2	2	2	3	3	4	3	2	4	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	2	2	61
15	3	3	4	3	1	3	3	4	3	3	4	3	4	3	1	2	4	3	1	4	4	3	3	69
16	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	58
17	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	60
18	4	2	2	3	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	63
19	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	68
20	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	58
21	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	4	4	1	4	2	4	3	4	4	1	4	3	3	67
22	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	57
23	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	61
24	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	1	3	3	3	3	3	4	3	4	75
25	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	59
26	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	55
27	3	3	3	3	3	3	2	4	3	1	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	64
28	4	2	4	4	1	3	4	4	4	3	4	3	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	78
29	4	2	3	3	1	1	2	4	2	2	4	4	1	2	3	2	2	2	4	2	3	3	2	58
30	4	3	2	3	3	4	3	4	2	2	4	3	2	4	2	2	3	4	4	3	4	2	2	69

31	4	1	4	4	4	1	4	4	4	4	4	1	3	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	76
32	4	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	73
33	3	3	3	3	3	3	2	4	2	2	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	65
34	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	4	2	3	1	1	2	2	4	2	4	3	3	3	62
35	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	79
36	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	71
37	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	62
38	4	3	1	4	3	4	4	4	4	2	3	4	1	3	1	3	4	3	3	4	1	3	4	70
39	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	4	4	82
40	4	4	1	4	2	4	3	2	4	3	4	4	2	3	1	3	4	4	2	4	4	4	4	74
41	3	2	4	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	4	3	3	3	2	63
42	3	3	4	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	54
43	4	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	2	3	3	2	62
44	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	63
45	3	4	2	4	1	3	3	4	3	2	4	4	1	3	1	2	4	4	3	4	3	4	3	69
46	2	2	1	3	4	4	3	4	2	2	4	4	1	1	1	2	2	3	4	4	1	3	2	59
47	4	1	4	3	4	1	1	4	1	3	4	2	1	1	3	3	3	2	3	3	3	2	1	57
48	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	1	3	4	3	3	4	3	3	4	69
49	4	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	2	4	64
50	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	4	4	1	3	1	4	4	4	3	4	2	3	2	71
51	2	2	3	2	2	2	3	4	2	2	4	1	4	3	2	2	3	4	4	4	3	4	2	64
52	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	66
53	4	2	1	3	4	2	1	3	1	2	4	4	2	1	2	4	2	2	4	4	1	2	1	56
54	3	3	3	3	2	3	3	4	2	2	4	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	62
55	4	2	4	4	4	1	2	4	2	3	4	2	3	2	2	3	4	4	3	3	3	1	2	66
56	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	62
57	3	3	3	3	3	2	3	4	4	2	3	3	1	3	2	4	3	3	3	3	4	4	4	70
58	4	3	4	4	2	3	3	3	2	2	4	3	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	1	63
59	4	3	3	2	2	4	4	3	4	2	4	3	2	3	2	3	4	4	3	3	4	3	3	72
60	4	4	4	3	3	2	1	4	2	3	4	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	1	67
61	3	4	3	3	4	1	3	2	2	3	3	1	1	1	1	3	3	3	4	3	3	3	2	59
62	4	4	1	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	1	3	4	4	3	4	3	3	4	76
63	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	3	2	3	2	2	3	3	4	3	4	4	1	62

64	3	1	4	3	1	2	3	2	2	2	4	3	4	3	2	2	3	3	1	3	4	4	3	62
65	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	62
66	4	3	2	2	2	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	64
67	3	2	2	3	2	2	2	4	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	57
68	3	3	4	3	2	4	3	2	3	3	4	4	1	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	68
69	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	65
70	1	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	57
71	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	4	3	4	4	3	3	2	2	66
72	3	4	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	64
73	4	2	4	4	3	2	2	3	2	3	4	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	66
74	4	2	4	4	3	1	2	3	2	3	4	2	2	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	63
75	4	3	3	4	4	2	2	3	2	3	4	1	3	2	2	4	4	3	3	3	3	2	2	66
76	2	2	3	2	1	3	2	4	2	1	4	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	57
77	4	4	4	4	1	3	3	4	4	1	3	4	4	2	1	4	2	2	3	3	4	3	1	68
78	4	2	2	3	3	2	3	3	4	3	4	3	2	3	1	3	3	4	3	4	4	3	4	70
79	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	58
80	3	2	2	3	1	1	4	4	3	1	4	1	3	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	63
81	2	3	2	3	1	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	4	3	3	2	3	60
82	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	3	76
83	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	81
84	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	82
85	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	79
86	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	58
87	3	1	3	4	2	4	4	4	3	2	3	2	1	2	1	4	4	3	2	4	2	2	3	63
88	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	63
89	3	2	2	2	2	3	3	4	3	2	4	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	2	2	61
90	3	3	4	3	1	3	3	4	3	3	4	3	4	3	1	2	4	3	1	4	4	3	3	69
91	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	58
92	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	60

5-3 Tabulasi Data Penelitian Skala Konformitas Kelompok

S/I	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	TOTAL
1	1	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	60
2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	66
3	2	2	4	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	68
4	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	1	55
5	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	1	1	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	48
6	1	1	4	4	1	3	4	3	2	4	1	1	4	4	4	4	2	3	4	4	1	1	2	1	63
7	2	2	2	3	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	59
8	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	61
9	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	56
10	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	49
11	2	2	4	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	1	4	4	4	4	2	2	3	1	65
12	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	1	3	3	4	2	2	3	1	2	1	2	3	3	59
13	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	62
14	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	66
15	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	1	2	3	3	1	2	2	2	3	1	1	3	1	52
16	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	64
17	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	63
18	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	1	1	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	51
19	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	61
20	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	55
21	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	57
22	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	62
23	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	58
24	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	1	3	3	3	62
25	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	60
26	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	64
27	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	59
28	1	1	4	2	1	3	3	2	1	2	1	1	4	4	3	3	3	3	4	4	2	2	3	4	61
29	2	1	4	3	1	3	3	2	2	3	1	1	3	3	2	2	3	2	3	3	1	1	4	1	54

30	2	2	3	2	3	3	3	4	3	3	1	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	4	4	66
31	1	1	3	4	2	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	68
32	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	68
33	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	4	2	2	3	3	2	60
34	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70
35	3	4	1	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	3	1	2	3	3	69
36	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	47
37	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	59
38	1	1	1	2	3	4	2	2	4	4	4	2	4	4	3	2	3	3	3	2	1	1	2	3	61
39	1	1	2	1	2	2	3	2	2	1	1	1	3	3	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	45
40	1	1	1	1	1	4	4	3	1	2	2	1	3	3	4	1	2	3	3	3	1	1	2	2	50
41	2	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	59
42	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	61
43	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	50
44	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	56
45	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	66
46	1	1	3	3	4	1	3	4	4	3	2	1	3	3	3	3	2	3	1	3	1	3	1	3	59
47	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	52
48	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3	1	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	57
49	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	60
50	1	1	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	1	1	3	3	57
51	1	1	1	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	74
52	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	56
53	1	1	4	3	4	4	3	4	3	4	1	2	3	3	4	1	3	4	4	4	3	1	3	2	69
54	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	63
55	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3	75
56	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	1	1	1	2	56
57	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	59
58	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	65
59	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1	1	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	3	58
60	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	60
61	4	3	3	3	3	2	1	2	3	4	2	2	3	2	2	1	4	4	3	3	3	3	1	3	64

62	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	2	3	2	55
63	2	1	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	1	2	3	2	54
64	1	1	1	1	2	2	3	3	2	3	1	1	4	4	3	2	2	2	2	3	1	1	2	2	49
65	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	57
66	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	61
67	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	55
68	2	3	3	2	1	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	1	1	3	61
69	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	56
70	1	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	1	4	3	2	2	1	3	2	2	2	3	1	1	45
71	2	2	2	3	3	1	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	1	55
72	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	61
73	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	76
74	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	74
75	4	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	3	3	2	4	4	4	4	2	3	3	2	74
76	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	63
77	1	1	4	3	1	3	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	1	2	1	69
78	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	54
79	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	57
80	4	1	3	4	3	4	4	2	3	3	2	1	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	73
81	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	55
82	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	81
83	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	86
84	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	81
85	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	85
86	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	82
87	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	64
88	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	63
89	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	2	2	61
90	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	57
91	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	2	3	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	81
92	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	64

Lampiran 6

ANALISIS DATA PENELITIAN

6-1 Uji Normalitas

6-2 Uji Linearitas Skala Perilaku Konsumtif dengan *Psychological Meaning Of Money*

6-3 Uji Linearitas Skala Perilaku Konsumtif dengan Konformitas Kelompok

6-1 Uji Normalitas

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
Perilaku_Konsumtif	92	82.28	18.767	**44**	**139**
Psy_Meaning_Of_Money	92	65.23	6.483	**54**	**82**
Konformitas_Kelompok	92	61.61	8.647	**45**	**86**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Perilaku_Konsumtif	Psy_Meaning_Of_Money	Konformitas_Kelompok
N		92	92	92
Normal Parameters[a]	Mean	82.28	65.23	61.61
	Std. Deviation	18.767	6.483	8.647
Most Extreme Differences	Absolute	.112	.140	.119
	Positive	.112	.140	.119
	Negative	-.062	-.070	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		1.076	1.346	1.145
Asymp. Sig. (2-tailed)		**.197**	**.053**	**.146**

a. Test distribution is Normal.

6-2 Uji Linearitas Skala Perilaku Konsumtif dengan *Psychological Meaning Of Money*

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku_Konsumtif * Psychological_meaning_money	92	100.0%	0	0.0%	92	100.0%

Report

Perilaku_Konsumtif

Psychological_meaning_money	Mean	N	Std. Deviation
54	90.00	1	.
55	83.00	1	.
56	81.00	1	.
57	75.60	5	13.353
58	89.57	7	26.925
59	84.67	3	14.012
60	89.33	3	5.508
61	81.00	4	7.789
62	78.25	8	14.140
63	83.36	11	19.377
64	73.50	8	10.981
65	83.33	3	8.327
66	93.33	6	16.978
67	86.00	3	14.107
68	78.33	3	8.145
69	69.60	5	13.446
70	74.25	4	21.188
71	88.50	2	9.192
72	81.00	1	.
73	85.00	1	.
74	44.00	1	.
75	78.00	1	.
76	87.67	3	35.233
77	68.00	1	.

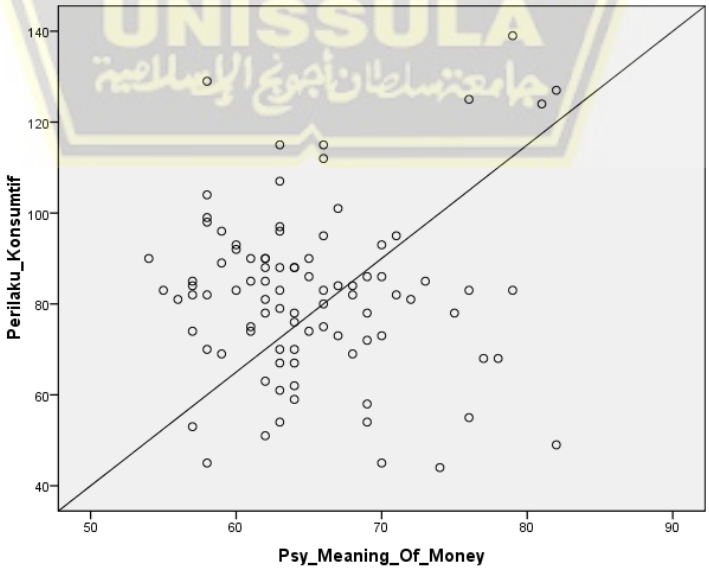
78	68.00	1	.
79	111.00	2	39.598
81	124.00	1	.
82	88.00	2	55.154
Total	82.28	92	18.767

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Psychological_meaning_money	Between Groups	(Combined)	8996.576	27	333.207	.925	.577
		Linearity	117.407	1	117.407	.326	.570
		Deviation from Linearity	8879.169	26	341.507	**.948**	**.545**
	Within Groups		23054.076	64	360.220		
	Total		32050.652	91			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku_Konsumtif * Psychological_meaning_money	.061	.004	.530	.281



6-3 Uji Linearitas Skala Perilaku Konsumtif dengan Konformitas Kelompok

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku_Konsumtif * Konformitas_Kelompok	92	100.0%	0	0.0%	92	100.0%

Report

Perilaku_Konsumtif

Konformitas_Kelompok	Mean	N	Std. Deviation
45	51.00	2	2.828
47	95.00	1	.
48	62.00	1	.
49	60.50	2	13.435
50	62.50	2	26.163
51	54.00	1	.
52	78.50	2	9.192
54	67.00	3	24.249
55	76.17	6	10.759
56	84.60	5	4.037
57	89.33	6	9.201
58	77.50	2	4.950
59	77.14	7	11.349
60	82.80	5	7.259
61	77.11	9	16.251
62	78.33	3	4.509
63	89.40	5	16.965
64	92.80	5	7.981
65	71.50	2	2.121
66	68.75	4	15.735
68	88.33	3	7.572
69	82.00	3	1.000
70	90.00	1	.
73	67.00	1	.
74	87.00	3	24.980
75	115.00	1	.

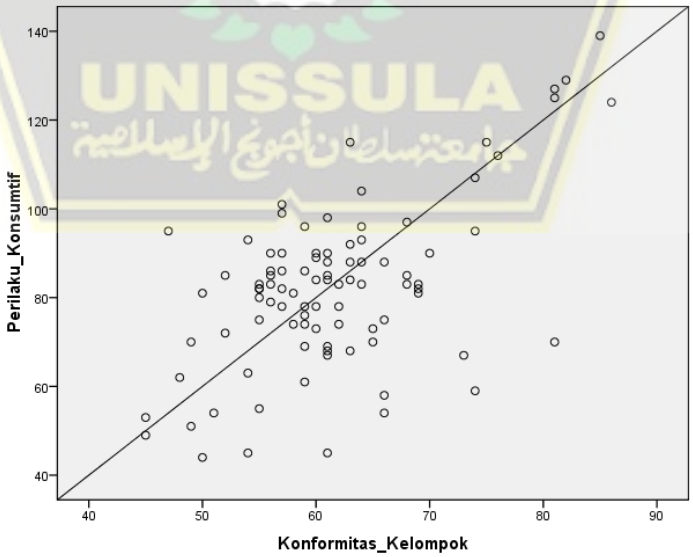
76	112.00	1	.
81	107.33	3	32.347
82	129.00	1	.
85	139.00	1	.
86	124.00	1	.
Total	82.28	92	18.767

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Konformitas_Kelompok	Between Groups	(Combined)	20077.489	30	669.250	3.410	.000
		Linearity	10997.423	1	10997.423	56.029	.000
		Deviation from Linearity	9080.067	29	313.106	**1.595**	**.063**
	Within Groups		11973.163	61	196.281		
	Total		32050.652	91			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku_Konsumtif * Konformitas_Kelompok	.586	.343	.791	.626



-0

Lampiran 7

UJI HIPOTESIS

7-1 Analisis Regresi

7-1 Analisis Regresi

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Perilaku_Konsumtif	82.28	18.767	92
Psychological_meaning_money	65.23	6.483	92
Konformitas_Kelompok	61.61	8.647	92

Correlations

		Perilaku_Konsumtif	Psychological_meaning_money	Konformitas_Kelompok
Pearson Correlation	Perilaku_Konsumtif	1.000	.061	.586
	Psychological_meaning_money	.061	1.000	.193
	Konformitas_Kelompok	.586	.193	1.000
Sig. (1-tailed)	Perilaku_Konsumtif	.	.283	.000
	Psychological_meaning_money	.283	.	.033
	Konformitas_Kelompok	.000	.033	.
N	Perilaku_Konsumtif	92	92	92
	Psychological_meaning_money	92	92	92
	Konformitas_Kelompok	92	92	92

Variables Entered/Removed[a]

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Konformitas_Kelompok, Psychological_meaning_money[b]	.	Enter

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

b. All requested variables entered.

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.588[a]	**.346**	.331	15.347	1.772

a. Predictors: (Constant), Konformitas_Kelompok, Psychological_meaning_money

b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11089.176	2	5544.588	23.542	.000[b]
	Residual	20961.476	89	235.522		
	Total	32050.652	91			

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Konformitas_Kelompok, Psychological_meaning_money

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.846	18.353		.700	.486					
Psychological_meaning_money	**-.158**	.253	**-.055**	-.624	**.534**	.061	**-.066**	-.054	**.963**	**1.039**
Konformitas_Kelompok	**1.294**	.190	**.596**	6.825	**.000**	.586	**.586**	.585	**.963**	**1.039**

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Collinearity Diagnostics[a]

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Psychological_meaning_money	Konformitas_Kelompok
1	1	2.983	1.000	.00	.00	.00
	2	.013	15.244	.05	.19	.93
	3	.005	25.324	.95	.81	.06

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Lampiran 8

SURAT DAN DOKUMENTASI PENELITIAN

8-1 Surat Izin Penelitian

8-2 Dokumentasi Penelitian

8-1 Surat Izin Penelitian

YAYASAN BADAN WAKAF SULTAN AGUNG
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG (UNISSULA)
FAKULTAS PSIKOLOGI
Jl. Raya Kaligawe Km. 4 Po. Box 1054 Telp. 6583584 (8 Sal.) Fax. 582455 SEMARANG 50012

SURAT KETERANGAN
No. 1116/C.1/Psi-SA/XII/2021

بسم الله الرحمن الرحيم

Pimpinan Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung (UNISSULA) Semarang menerangkan bahwa :

Nama	:	Filiana Ayu Sintiya
Pekerjaan	:	Mahasiswa Fakultas Psikologi Unissula Semarang
NIM	:	30701700039

Telah melakukan penelitian di lingkungan kampus Fakultas Psikologi Unissula Semarang dalam rangka penyusunan skripsi :

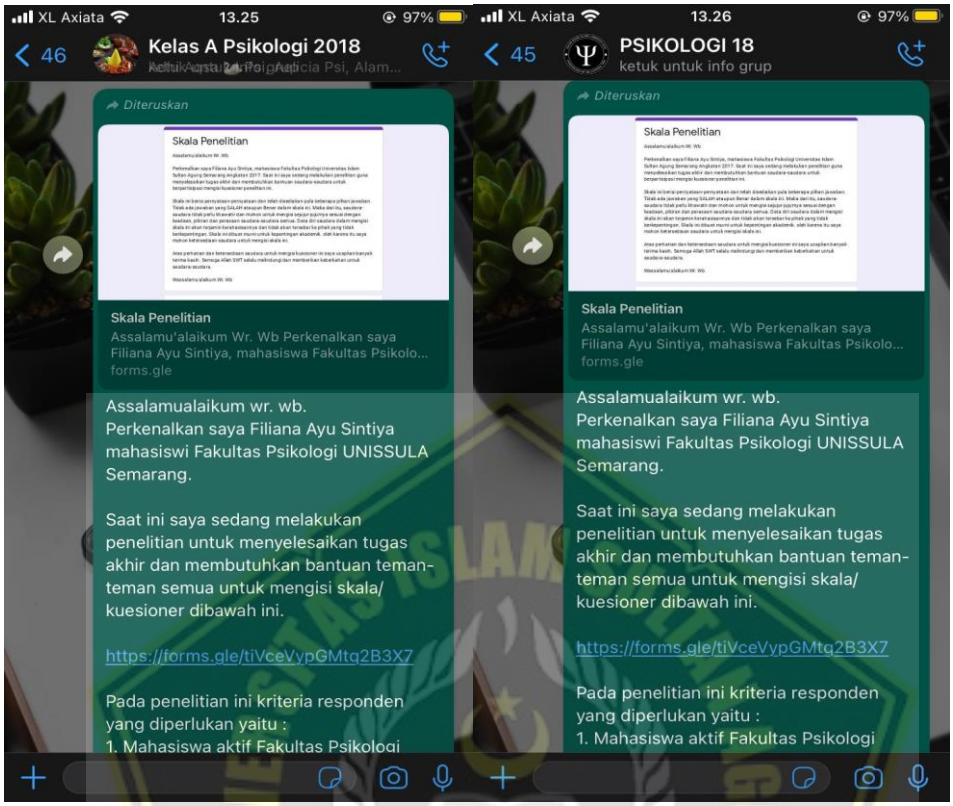
Judul	:	Hubungan Antara Psychologycal Meaning Of Money Dan Konformitas Kelompok Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Psikologi Angkatan 2017-2019 Unissula .
Subyek	:	Mahasiswa Fakultas Psikologi Unissula Angkatan 2017-2019
Pembimbing	:	Agustin Handayani, S.Psi, M.Si
Tempat	:	Kampus Fakultas Psikologi Unissula Semarang Jl. Kaligawe Km. 4 Semarang
Waktu Pelaksanaan	:	September 2021- selesai

Demikian keterangan diberikan guna keperluan dimaksud, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kepada pihak yang terkait diharap maklum adanya.

Semarang, 1 Desember 2021

a.n. Dekan
Wakil Dekan I

Titin Suprihatin, S.Psi, M.Psi
NIDN. : 0605017601

8-2 Dokumentasi Penelitian