BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. PELAKSANAAN PENELITIAN

1. Gambaran Umum Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di sekolah SMA Muhammadiyah 9 Surabaya. SMA Muhammadiyah 9 Surabaya terletak di Jl. Dukuh Gogor Kali No. 11-12, Jajar Tunggal, Wiyung, Surabaya. Letak sekolah imi berada di antara perkampungan padat penduduk. Sekolah ini berada di dalam satu lingkup dengan perguruan Muhammadiyah Wiyung yang terdiri dari tiga sekolah, yaitu SMA Muhammadiyah 9, SD Muhammadiyah 15, dan SMP Muhammadiyah 7. Gedung sekolah ini tepat berada di belakang SD Muhammadiyah 15 Surabaya dan bersebelahan dengan gedung sekolah SMP Muhammadiyah 7 Surabaya. sekolah ini tidak terlalu besar dan luas, hanya memiliki 7 kelas untuk kelas X IPA, X IPS, XI IPA, XI IPS, XII IPA, XII IPS 1, XII IPS 2, ruang guru, ruang kepala sekolah, ruang TU, perpustakaan dan UKS. SMA Muhammadiyah 9 Surabaya memiliki visi dan misi, diantaranya yaitu :

a. Visi Sekolah SMA Muhammadiyah 9 Surabaya

   Mewujudkan SMA Muhammadiyah 9 Surabaya sebagai lembaga islam yang berbasis *Entrepreneur* dengan aplikasi Multimedia, *Bilingual*, dan *Character Building*

b. Misi Sekolah SMA Muhammadiyah 9 Surabaya

   1) Mewujudkan generasi Islam Kaffah yang berakhlaqul karimah dan memurnikan Aqidah Islamiyah.

2) Menciptakan pembelajaran yang Aktif, Kreatif, Efektif, menyenangkan dan Inovatif berbasis Entrenepeneur yang mengintegrasikan IPTEK yang mengacu pada Standar Nasional Pendidikan.
3) Mewujudkan lingkungan belajar yang kondusif, bersih, nyaman, dan menyenangkan.
4) Mewujudkan penjaminan mutu akademik dan administrasi secara berkelanjutan.
5) Mewujudkan peserta didik dan tenaga pendidik yang berkopetensi dan berprestasi.
6) Mewujudkan kerjasama kelembagaan yang mendukung Entrepeneur Sekolah.

2. Gambaran Subyek

Populasi yang menjadi sasaran penelitian ini adalah siswa SMA Muhammadiyah 9 Surabaya kelas XI dan XII yang terdiri dari kelas XI IPA/IPS dan XII IPA 1, XII IPS 1, dan XII IPS 2. Populasi pada penelitian ini adalah sebanyak 131 siswa. Populasi pada penelitian ini menggunakan 57 responden yang terdiri dari kelas XI IPA/IPS dan XII IPA/IPS. Pada penelitian ini subyek yang digunakan yaitu subyek dengan pilihan jawaban pendapatan orangtua antara 2.500.000 ke bawah, pekerjaan orangtua mulai dari wiraswasta/pedagang menengah hingga tidak memiliki pekerjaan, dan dengan ukuran rumah yang ditempati dengan tipe 21 dan tipe 36.

B. HASIL ANALISIS STATISTIK

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji masing-masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian ini memuat 150 aitem yang harus dijawab oleh responden.

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *product-moment* Pearson. Pengujian validitas alat ukur menggunakan SPSS Statistik 17. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan kriteria sebagai berikut :

a) Jika r hitung memiliki minimal 0.30 maka aitem dinyatakan valid (Masrun dalam Sugiyono, 2014)
b) Jika r hitung memiliki nilai dibawah 0.30 maka aitem dinyatakan gugur (Masrun dalam Sugiyono, 2014)
c) Nilai rhitung dapat dilihat dari kolom *Corrected Item Total Correlation*

Apabila aitem memenuhi kriteria diatas maka aitem dinyatakan valid untuk dilakukan uji hipotesis. Berikut adalah validitas aitem pada masing-masing-masing instrument variabel penelitian :

1. Alat ukur Perilaku Konsumtif

   Hasil uji validitas yang dilakukan pada skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 49 aitem, 34 aitem diterima dan 15 aitem yang gugur. Uji validitas pada skala perilaku konsumtif melalui 3 kali putaran uji validitas. Adapun rincian aitem tersebut dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 4.1

Distribusi Item Pada Skala Perilaku Konsumtif

No	Dimensi	Indikator	Aitem	
			Valid	Gugur
1	Pembelian impulsif (*impulsive buying*)	Keinginan sesaat	1, 6, 17, 29, 35	17, 20
		Tanpa pertimbangan	8, 9, 15, 34, 43	19, 48
		Bersifat emosional	3, 10, 25, 31, 39, 47, 49	22, 41
2	Pemborosan (*Wasteful Buying*)	Boros	5, 11, 24, 28	23, 36, 37, 44
		Membeli barang yang tidak berguna	4, 14, 26, 32, 40, 46	21
3	Mencari kesenangan (*non rational buying*)	Membeli barang trendi	7, 12, 27	16, 30, 33, 45
		Mencari kesenangan	2, 13, 18, 38	-
	Jumlah		34	15

2. Harga Diri

Hasil uji validitas yang dilakukan pada skala harga diri yang terdiri dari 50 aitem menghasilkan 41 aitem yang valid dan 9 aitem yang gugur. Uji validitas pada skala harga diri melalui 2 putaran uji validitas. Adapun rincian aitem tersebut dapat diperiksa pada table berikut :

Tabel 4.2

Distribusi Item pada Skala Harga Diri

No	Dimensi	Indikator	Aitem	
			Valid	Gugur
1	Kekuatan (*power*)	Kemampuan mengatur orang lain	13, 31, 39, 44, 47, 50	1, 4, 25, 18

2	Keberartian (*significance*)	Kepedulian dari orang lain	5, 10, 19, 32, 38, 45	23
		Penghargaan dari orang lain	7, 9, 15, 28, 33, 40, 42	-
3	Kebijakan (*virtue*)	Berperilaku sesuai norma, moral, etika dan agama yang berlaku	3, 11, 22, 27, 30, 41, 43, 46, 48, 49	17, 34
4	Kemampuan (*competence*)	Memiliki kemauan keras	6, 12, 16, 24, 29, 35	-
		Memiliki sikap disiplin	2, 8, 26, 36, 37	14, 21
	Jumlah		41	9

3. Religiusitas

Hasil uji validitas yang dilakukan pada skala religiusitas yang terdiri dari 51 aitem menghasilkan 40 aitem yang valid dan 11 aitem yang gugur. Uji validitas pada skala harga diri melalui 3 putaran uji validitas. Adapun rincian aitem tersebut dapat diperiksa pada tabel berikut :

Tabel 4.3

Distribusi Aitem pada Skala Religiusitas

No	Dimensi	Indikator	Aitem	
			Valid	Gugur
1	Keyakinan (ideologis)	Keyakinan pada tuhan, malaikat, kitab Al-Qur'an, hari kiamat, qadha dan qadar	3, 4, 11, 18, 21, 27, 31, 36, 40	18, 46
2	Peribadatan atau praktik agama (ritualistik)	Praktik agama dalam kehidupan sehari-hari	6, 9, 13, 22, 25, 32, 35, 41	15, 50
3	Penghayatan (eksperiensial)	Perasaan keagamaan pada tuhan	10, 17, 19, 23, 28, 39, 42, 44	5

4	Pengamalan (konsekuensial)	Implikasi beragama	8, 12, 29, 33, 34, 38, 43, 45, 47, 48	1, 20, 30
5	Pengetahuan agama (intelektual)	Seberapa jauh seseorang mengetahui dan memahami ajaran agama	2, 14, 24, 26, 49, 51	7, 16, 37
	Jumlah		40	11

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas indeks yang digunakan untuk menunjukkan relatif konsistensinya sebuah alat ukur. Alat ukur yang reliabel bila digunakan untuk mengukur onjek yang sama berulang kali akan menghasilkan data yang relatif sama (Sugiyono, 2014). Adapun analisis reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha*. Peneliti menggunakan bantuan SPSS.17 untuk menguji reliabilitas instrument dalam penelitian ini.

Bila koefisien reliabilitas semakin tinggi mendekati angka 1,00 berarti pengukuran semakin reliabel (Azwar, 2015). Berikut ini reliabilitas item pada masing-masing variabel penelitian

a) Perilaku Konsumtif

Tabel 4.4

Hasil Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.930	.932	33

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada skala perilaku konsumtif diperoleh hasil *cronbach alpha* 0.930. Hasil ini menunjukkan reliabilitas mendekati angka 1 sehingga item pada skala perilaku konsumtif dapat dinyatakan reliabel.

b) Harga Diri

Tabel 4.5

Hasil Uji Reliabilitas Harga Diri

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.925	.927	41

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada skala harga diri diperoleh hasil cronbach alpha 0.925. hasil ini menunjukkan reliabilitas mendekati angka 1 sehingga aitem pada skala harga diri dapat dinyatakan reliabel.

c) Religiusitas

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Religiusitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.933	.938	40

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada skala religiusitas diperoleh hasil cronbach alpha 0.933. Hasil ini menunjukkan reliabilitas mendekati angka 1 sehingga aitem pada skala religiusitas dapat dinyatakan reliabel.

3. HASIL UJI ASUMSI

a. Uji Normalitas Data

Uji normalitas dilakukan untuk menguji data yang akan dianalisis apakah sebaran datanya berdistribusi normal. Peneliti menggunakan pendekatan Kolmogorov-Smirnov untuk mendeteksi sebaran kenormalan distribusi data.

1. Uji Normalitas Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4.7

Hasil Uji Normalitas Data Skala Perilaku Konsumtif

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Perilaku_Konsumtif	.093	57	.200*	.968	57	.129

a. Lilliefors Significance Correction

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

Berdasarkan tabel uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov_Smirnov dihasilkan nilai Kolmogorov_Smirnov pada tabel diatas sebesar 0,200. Hasil ini memiliki nilai lebih besar dari nilai 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal.

2. Uji Normalitas Harga Diri (X_1)

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas Data Skala Harga Diri

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Harga_Diri	.075	57	.200*	.969	57	.149

a. Lilliefors Significance Correction

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

Berdasarkan tabel uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov_Smirnov dihasilkan nilai Kolmogorov_Smirnov pada tabel diatas sebesar0,200. Hasil ini memiliki nilai lebih besar dari nilai 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal.

3. Uji Normalitas Religiusitas (X_2)

Tabel 4.9

Hasil Uji Normalitas Data Religiusitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Religiusitas	.069	57	.200*	.982	57	.547

a. Lilliefors Significance Correction

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

Berdasarkan tabel uji normalitas dengan menggunakan Kolmogorov_Smirnov dihasilkan nilai Kolmogorov_Smirnov pada tabel diatas sebesar 0,200. Hasil ini memiliki nilai lebih besar dari nilai 5% (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal.

b. Uji Linearitas Data

Uji asumsi kedua yang dilakukan setelah uji normalitas adalah uji linearitas data. Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan linear atau tidak secara signifikan (Azwar, 2000). Hal ini dapat dilihat berdasarkan signifikansi table hasil

uji linearitas. Apabila hasilnya lebih dari (0.05) maka dapat disimpulkan bahwa sebaran data penelitian linear.

Hasil uji linearitas pada masing-masing variabel *independent* (X_1 dan X_2) dengan variabel *dependent* (Y) adalah sebagai berikut :

a. Hasil Uji Linearitas Harga Diri (X_1) dan Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4.10

Hasil Uji Linearitas Harga Diri (X_1) dan Perilaku Konsumtif (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Harga_Diri	Between Groups	(Combined)	12257.145	37	331.274	2.599	.015
		Linearity	5080.482	1	5080.482	39.865	.000
		Deviation from Linearity	7176.663	36	199.352	1.564	.150
	Within Groups		2421.417	19	127.443		
	Total		14678.561	56			

Berdasarkan tabel hasil uji linearitas diatas, menunjukkan signifikansi pada *deviation from linearity* dengan nilai signifikansi 0.150. Nilai signifikansi tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan linear antara variabel bebas (X_1) dengan variabel terikat (Y).

b. Hasil Uji Linearitas Religiusitas (X_2) dan Perilaku Konsumtif (Y)

Tabel 4.11

Hasil Uji Linearitas Religiusitas (X_2) dan Perilaku Konsumtif (Y)

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku_Konsumtif * Religiusitas	Between Groups	(Combined)	7496.149	35	214.176	.952	.562
		Linearity	59.491	1	59.491	.265	.612
		Deviation from Linearity	7436.659	34	218.725	.973	.540
	Within Groups		4722.833	21	224.897		
	Total		12218.982	56			

Berdasarkan tabel hasil uji linearitas diatas, menunjukkan signifikansi pada *deviation from linearity* dengan nilai signifikansi 0.540. Nilai signifikansi tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan terdapat hubungan linear antara variabel bebas (X_2) dengan variabel terikat (Y).

4. Hasil Analisis Data

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini, maka dilakukan uji analisis statistik. Analisis uji hubungan yang melibatkan model ganda dengan 2 variabel *independent* dan 1 *dependent*. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi Linier Berganda. Menurut Azwar (2013) yang didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal antara dua variabel *independen* dengan satu

variabel *dependen*, kesimpulan yang diperoleh bukan hanya berupa penolakan atau penerimaan hipotesis nihil akan tetapi berupa suatu model persamaan yang berisi kombinasi prediktor terbaik guna prediksi terhadap variabel Y disertai informasi mengenai besarnya kontribusi masing-masing variabel X_1 dan X_2 sebagai prediktor. Adapun hasil dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS 17 sebagai berikut :

Tabel 4.12

Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.344[a]	.119	.086	13.05774

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Harga_Diri

Tabel 4.13

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1239.069	2	619.534	3.634	.033[a]
	Residual	9207.247	54	170.505		
	Total	10446.316	56			

a. Predictors: (Constant), Religiusitas, Harga_Diri
b. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Berdasarkan tabel 4.13 dapat dijelaskan bahwa, F= 3,634 dan Rx_1x_2y = 0.344, kemudian dengan p = 0,033 ($p < 0.05$) maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan secara bersama-sama antara harga diri dan religiusitas dengan perilaku konsumtif.

Berdasarkan tabel 4.12 juga diperoleh informasi bahwa sumbangan harga diri dan religiusitas dengan perilaku konsumtif sebesar 11,9% (R Square = 0,119). Apabila R *error* dihilangkan maka pengaruh harga diri dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 8,6% (R adjusted = 0.086).

Tabel 4.14

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	31.153	33.454		.931	.356			
	Harga_Diri	-.302	.135	-.294	-2.231	.030	-.230	-.291	-.285
	Religiusitas	.469	.234	.264	2.007	.050	.193	.264	.256

a. Dependent Variable: Perilaku_Konsumtif

Koefisien persamaan ditunjukkan pada table B, di mana harga diri = -0,302, Religiusitas = 0,469 dan konstantanya sebesar 31,153, dengan demikian persamaan regresinya adalah :

$$Y = (-0{,}302)X_1 - 0{,}469.X_2 + 31{,}153$$

Berdasarkan hasil persamaan yang diperoleh dapat dijelaskan makna dan arti dari koefisien regresi untuk masing-masing variabel harga diri (X_1) dan religiusitas (X_2) yaitu sebagai berikut :

1. Nilai konstanta yaitu sebesar 31,153; dimana apabila variabel harga diri (X_1) dan religiusitas (X_2) dianggap nol atau ditiadakan maka besarnya perilaku konsumtif pada remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya sebesar 31,153
2. Nilai koefisien regresi untuk variabel harga diri sebesar B = -0.302; artinya apabila ada kenaikan sebesar satu satuan pada variabel harga diri maka akan mengakibatkan perilaku konsumtif pada remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya akan mengalami penurunan sebesar 0,302.
3. Nilai koefisien regresi untuk variabel religiusitas sebesar B = 0.469; artinya apabila ada kenaikan sebesar satu satuan pada variabel religiusitas maka akan mengakibatkan perilaku konsumtif pada remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya akan mengalami perubahan sebesar 0,469.

5. Hasil Kategori Jenjang

Berdasarkan data yang diperoleh kemudian dikategorikan oleh peneliti. Kategorisasi bertujuan untuk menempatkan individu ke dalam kelompok yang posisinya berenjang menurut kontinum berdasar atribut yang diukur. Kontinum ini contohnya dari rendah ke tinggi dst. Banyaknya jenjang yang kategori tidak lebih dari lima dan tidak kurang dari tiga (Azwar, 2012).

Kategori sifatnya relatif, sehingga luasnya kategori yang diinginkan dapat ditetapkan secara subyektif oleh peneliti selama penetapan itu berada dalam batas

kewajaran. Pada penelitian ini peneliti menggunakan lima kategorisasi. Berikut ini adalah hasil kategorisasi masing-masing variabel :

a. Perilaku Konsumtif

Jumlah aitem valid = 34 Nilai skala 1,2,3,4

Skor minimum : 1 x 34 = 34 Luas jarak sebaran 136 – 34 = 102

Skor maximum : 4 x 34 = 136

SD (σ) = 102/5 = 20,4

Mean (μ) = 34 x 2,5 = 85

Tabel 4.15

Kategorisasi Data Perilaku Konsumtif

Pedoman	Skor	Kategori	N
X ≤ (Mean-1,5SD)	X ≤ 54,4	Sangat Rendah	18
(Mean-1,5SD) ≤X≤ (Mean-0,5SD)	54,4 ≤ X ≤ 74,8	Rendah	31
(Mean-0,5SD) ≤X≤ (Mean+0,5SD)	74,8 ≤ X ≤ 95,2	Sedang	7
(Mean+0,5SD) ≤X≤ (Mean+1,5SD)	95,2 ≤ X ≤ 115,6	Tinggi	1
X ≥ (Mean+1,5SD)	X ≥ 115,6	Sangat Tinggi	0

b. Harga Diri

Jumlah aitem valid = 41 Nilai skala 1,2,3,4

Skor minimum : 1 x 41 = 41 Luas arak sebaran 164 – 41 = 123

Skor maximum : 4 x 41 = 164

SD (σ) = 123/5 = 24,6

Mean (μ) = 41 x 2,5 = 102,5

Tabel 4.16

Kategorisasi Data Harga Diri

Pedoman	Skor	Kategori	N
X ≤ (Mean-1,5SD)	X ≤ 65,6	Sangat Rendah	0
(Mean-1,5SD) ≤X≤ (Mean-0,5SD)	65,6 ≤ X ≤ 90,2	Rendah	0
(Mean-0,5SD) ≤X≤ (Mean+0,5SD)	90,2 ≤ X ≤ 114,8	Sedang	18
(Mean+0,5SD) ≤X≤ (Mean+1,5SD)	114,8 ≤ X ≤ 139,4	Tinggi	35
X ≥ (Mean+1,5SD)	X ≥ 139,4	Sangat Tinggi	4

c. Religiusitas

Jumlah aitem valid = 40 Nilai skala 1,2,3,4

Skor minimum : 1 x 40 = 40 Luas jarak sebaran 160 – 40 = 120

Skor maximum : 4 x 40 = 160

SD (σ) = 120/5 = 24

Mean (μ) = 40 x 2,5 = 1

Tabel 4.17

Kategorisasi Data Religiusitas

Pedoman	Skor	Kategori	N
X ≤ (Mean-1,5SD)	X ≤ 64	Sangat Rendah	0
(Mean-1,5SD) ≤ X ≤ (Mean-0,5SD)	64 ≤ X ≤ 88	Rendah	0
(Mean-0,5SD) ≤X≤ (Mean+0,5SD)	88 ≤ X ≤ 112	Sedang	0
(Mean+0,5SD) ≤X≤ (Mean+1,5SD)	112 ≤ X ≤ 136	Tinggi	10
X ≥ (Mean+1,5SD)	X ≥ 136	Sangat Tinggi	47

C. PEMBAHASAN

Hasil analisis statistik dengan menggunakan teknik analisis berganda dijelaskan bahwa F = 3.634 dan Rx_1x_2y = 0.344, kemudian dengan p = 0,033 (p < 0.05) maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan secara bersama-sama antara harga diri dan religiusitas dengan perilaku konsumtif pada remaja kelas ekonomi bawah di Surabaya. Diperoleh informasi bahwa sumbangan variabel harga diri dan religiusitas dengan perilaku konsumtif terhadap perilaku konsumtif sebesar 11,9% (0,119) maka diketahui bahwa 88,1 % hasil perilaku konsumtif remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya dipengaruhi oleh faktor lain. Apabila R *error* dihilangkan maka pengaruh harga diri dan religiusitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 8,6% (R adjusted = 0.086).

Hasil koefisien persamaan regresi linier berganda ditunjukkan di manakonstanta sebesar 31,153.Variabel harga diri sebesar B = -0,302, artinya apabila ada kenaikan sebesar satu satuan pada variabel harga diri maka akan mengakibatkan perilaku konsumtif pada remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya akan mengalami penurunan sebesar 0,302. Religiusitas sebesar B = 0,469, artinya apabila ada kenaikan sebesar satu satuan pada variabel religiusitas maka akan mengakibatkan perilaku konsumtif pada remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya akan mengalami perubahan sebesar 0,469.

Variabel harga diri dengan signifikansi t = 0,030 < 0,05 yang berarti menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan dari variabel harga diri dengan perilaku konsumtif. Variabel religiusitas dengan signifikansi t = 0,050 = 0,05 yang berarti menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan dari variabel

religiusitas dengan perilaku konsumtif pada remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya.

Coopersmith (dalam Burn, 1993) mengatakan bahwa harga diri merupakan suatu penilaian pribadi terhadap perasaan berharga yang diekspresikan di dalam sikap-sikap yang dipegang oleh individu. Individu yang memiliki harga diri yang positif cenderung menerima apa adanya yang ada pada dirinya, sedangkan individu yang memiliki harga diri yang negatif cenderung tidak menerima dirinya sendiri dan selalu merasa kurang atas dirinya sendiri (Desmita, 2009).

Remaja yang memiliki harga diri yang rendah cenderung melakukan perilaku konsumtif yang berlebihan. Hal ini diperkuat dengan pendapat Yuliantari & Herdiyanto (2015) yang mengemukakan bahwa salah satu cara untuk menutupi kekurangan diri yaitu dengan membeli barang-barang yang dianggap dapat meningkatkan harga dirinya seperti barang-barang yang bermerek dan sedang trendi. Sebaliknya remaja yang memiliki harga diri yang tinggi cenderung mengontrol perilakunya untuk tidak memakai barang-barang yang berlebihan (Wardhani, 2009).

Selain itu diperoleh hasil ada hubungan yang signifikan diantara religiusitas dengan perilaku konsumtif. Religiusitas seseorang diperoleh pertama kali di lingkungan keluarganya. Jika religiusitas di dalam keluarga rendah larangan untuk berperilaku konsumtif diabaikan. Sebaliknya jika tingkat religiusitas keluarga tinggi, maka individu-individu dalam keluarga dapat

mengerti dan memahami tentang larangan untuk berperilaku konsumtif dan cenderung meninggalkannya (Engel, dkk dalam Chatijah & Purwadi, 2007).

Agama sendiri mengajarkan bahwa untuk tidak berlebih-lebihan dalam menggunakan suatu barang, sebagaimana firman Allah SWT Q.S Al-Isra' ayat 26-27 yang artinya : "*Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros (26). Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (27)*"

Hal ini juga diperkuat dengan adanya beberapa fungsi agama menurut jalaludin (2010), diantaranya yaitu fungsi edukatif. Dimana para penganut ajaran agama harus mematuhi ajaran-ajaran yang telah ditentukan baik yang berupa perintah maupun yang berupa larangan. Fungsi selanjutnya yaitu sebagai sosial kontrol yaitu dimana para penganut agama terikat batin dengan tuntunan ajaran agama yang dipeluknya. Penganut agama menganggap ajaran agamanya sebagai norma sehingga dalam hal ini dapat berfungsi sebagai pengawasan sosial baik secara individu maupun kelompok.

Pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa 11,9 % perilaku konsumtif disebabkan oleh harga diri dan religiusitas. Sisanya sebesar 88,1 % disebabkan oleh faktor lain diluar harga diri dan religiusitas.

Hasil perhitungan kategorisasi menunjukkan bahwa perilaku konsumtif subjek penelitian yang masuk dalam kategori sangat tinggi sebesar 0 %, subjek

penelitian yang masuk dalam kategori tinggi sebesar 1,6 %, subjek penelitian yang masuk dalam kategori sedang sebesar 12,3 %, subyek penelitian yang masuk dalam kategori rendah sebesar 54,5 %, dan subyek penelitian yang masuk dalam kategori sangat rendah sebesar 31,6 %.

Hasil perhitungan kategorisasi menunjukkan bahwa harga diri subjek penelitian yang masuk dalam kategori sangat tinggi sebesar 7 %, subjek penelitian yang masuk dalam kategori tinggi sebesar 61,4 %, subjek penelitian yang masuk dalam kategori sedang sebesar 31,6 %, dan subjek penelitian yang masuk dalam kategori rendah sebesar 0 %.

Hasil perhitungan kategorisasi menunjukkan bahwa religiusitas subjek penelitian yang masuk dalam kategori sangat tinggi sebesar 82,5 %, subjek penelitian yang masuk dalam kategori tinggi sebesar 17,5 %.

Berdasarkan hasil kategori subyek dalam penelitian ini, dapat dilihat bahwa remaja kelas sosial ekonomi bawah di Surabaya memiliki tingkat perilaku konsumtif yang rendah yaitu sebesar 54,5 %, tingkat harga diri yang tinggi yaitu sebesar 61,4 %, dan tingkat religiusitas yang tinggi yaitu sebesar 82,5%.