

**PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGUNA TIKTOK SHOP  
DITINJAU DARI KELEKATAN TEMAN SEBAYA**

**SKRIPSI**

**Sebagai Bagian dari Persyaratan untuk Memperoleh Derajat Sarjana S-1  
Psikologi**



Muffida Rahmatu Silvy

19090000208

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG**

**2023**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Nama : Muffida Rahmatus Silvya  
NIM : 19090000208  
Universitas : Universitas Merdeka Malang  
Fakultas : Psikologi  
Program Studi : Psikologi  
Judul Skripsi : Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Tiktok Shop  
Ditinjau Dari Kelekatan Teman Sebaya

Malang, 2 September 2023

## DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi Psikologi



Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si

Dosen Pembimbing



Ritna Sandri, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog

**PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGUNA TIKTOK SHOP  
DITINJAU DARI KELEKATAN TEMAN SEBAYA**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Muffida Rahmatus Silvya

19090000208

**Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji**

**Pada Tanggal 2 September 2023**

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji



Ritna Sandri, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Sekretaris Penguji



Deasy Christia Sera, S.Psi, M.Si

Anggota Penguji



Al Thuba Septa Priynggasari, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Malang, 2 September 2023

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Merdeka Malang



Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Si., Psikolog

## SURAT PERNYATAAN ORISIALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muffida Rahmatus Silvyia  
Nomor Pokok : 19090000208  
Program Studi : Psikologi  
Psikologi Bidang Kajian Skripsian : Psikologi Sosial  
Judul Skripsi : Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Tiktok Shop Ditinjau Dari Kelekatan Teman Sebaya  
Lokasi Tempat Penelitian : Indonesia  
Alamat Rumah Asal : Jl. Sadewa RT 09 RW 01, Sidorahayu-Wagir, Kab. Malang  
No. Telp/Email : [082232418067](tel:082232418067)/[muffidasilvy12@gmail.com](mailto:muffidasilvy12@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa saya benar-benar melakukan penelitian dan penulisan skripsi tersebut benar-benar karya saya dan tidak melakukan plagiasi. Jika saya melakukan plagiasi maka saya bersedia untuk dicabut gelar dan akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 2 September 2023



Muffida Rahmatus Silvyia

## MOTTO

*"Allah (Tuhan) tidak bermaksud menyulitkan kamu, tetapi Dia bermaksud untuk menyucikan kamu dan melengkapi nikmat-Nya sehingga kamu dapat bersyukur."*

(QS. Al-Ma'idah: 6)

"Jingga di bahumu. Malam di depanmu. Dan bulan siaga sinari langkahmu.  
Teruslah berjalan. Teruslah melangkah. Ku tahu kau tahu. Aku ada."

*(Dee Lestari)*

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan :

Untuk diri saya sendiri, yang sudah berusaha dan bersemangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Untuk orang tua saya satu-satunya, *My Wonder Women* Mama Indra Eko Wiratnawati, serta keluarga saya Kakek, Nenek, Mbak Heni, Om, adik-adik saya Amel, Lila, dan Nia.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan anugerah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Perilaku Konsumtif Pada Remaja Pengguna Tiktok Shop Ditinjau Dari Kelekatan Teman Sebaya” sebagai salah satu syarat kelulus dengan gelar sarjana Psikologi. Kelancaran pada proses pengerjaan skripsi ini tak terlepas dari bantuan berbagai macam pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ungkapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Kepada Allah SWT, yang senantiasa memberikan Rahmat serta hidayahnya, memberikan keberkahan kepada penulis, serta Nabi Muhammad SAW yang senantiasa mencurahkan keberkahan kepada umatnya, sehingga penulis dapat melalui segala proses dalam menyelesaikan skripsi dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Anwar Sanusi, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Merdeka Malang.
3. Ibu Dr. Nawang Warsi Wulandari, S.Psi., M.Psi., Psikolog, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang.
4. Ibu Ai Thuba Septa Priyngasari, S.Ps., M.Psi., Psikolog, selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang.
5. Ibu Husnul Khotimah, S.Psi., M.Si., Psikolog, selaku Wakil Dekan II Fakultas Psikologi.
6. Ibu Dellawaty Supraba, S.Psi., M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang. Serta selaku dosen wali penulis yang senantiasa membantu administrasi kampus selama proses perkuliahan dari semester awal hingga semester akhir.
7. Ibu Ritna Sandri, S.Psi., M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing pertama. Terima kasih banyak telah senantiasa untuk membimbing dan sabar membantu penulis dalam pengerjaan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Ibu Deasy Chistia Sera, S.Psi., M.A, selaku dosen pembimbing kedua. Terima kasih banyak elah senantiasa untuk membimbing dan sabar membantu penulis dalam pengerjaan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

9. Seluruh dosen fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang yang senantiasa memberikan ilmu kepada penulis dari awal perkuliahan hingga memasuki semester akhir.
10. Kepada orang tua penulis yaitu mama Indra Eko Wiratnawati. Terima kasih banyak sebanyak-banyaknya penulis sampaikan, terimakasih untuk usaha, dukungannya, dan mendoakan penulis untuk kelancaran sehingga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Semoga dengan menyelesaikan skripsi ini dan mendapatkan gelar S-1 dapat memberikan kebanggaan tersendiri bagi mama. Untuk keluarga besar saya kakek, nenek, mbak Heni, om, Lila, Amel, Nia. Terima kasih sudah selalu mendukung cucu, ponakan, dan kakakmu ini, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk teman saya Pipit, Misyel, Anis, Niar, Qq, Hanin, dan teman lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih sudah bersedia untuk selalu direpotkan oleh penulis mulai dari awal perkuliahan, awal mengerjakan skripsi hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
12. Untuk Iqra, Inne, Mika, Denanda, Abid, Tari, Regi, Resa, Fahri, dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu selama kepengurusan UKPM Civitas 34 dan 35, terima kasih telah memberikan semangat pada penulis sehingga skripsi ini terselesaikan.
13. Untuk teman-teman psikologi Angkatan 2019 terutama kelas D yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan semangat dan berjuang bersama-sama sampai saat ini.
14. Untuk seluruh pihak yang telah bersedia membantu penulis selama penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Penulis mengucapkan terima kasih atas bantuan dan dukungannya, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak orang.
15. Dan yang terakhir, terima kasih sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada diri sendiri. Terimakasih telah mampu kuat dan berjuang, melawan rasa malas, bosan, lelah dan tidak meyerah sampai skripsi ini dapat selesai dengan baik.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, serta dzat yang hanya kepadanya-Nya memohon pertolongan. Atas segala karunia pertolongan, rahmat, dan keridhoan-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGUNA TIKTOK SHOP DITINJAU DARI KELEKATAN TEMAN SEBAYA”**.

Skripsi ini di buat penulis untuk mengetahui hubungan perilaku konsumtif ditinjau dari kelekatan teman sebaya pada remaja yang menggunakan aplikasi belanja online Tiktok Shop, guna untuk memenuhi syarat memperoleh gelas S1 Psikologi.

Peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari atas kekurangan dan ketidak sempurnaan pada skripsi ini, dari situ besar harapan penulis mengharapkan atas masukan, kritik dan saran untuk menyempurnakan skripsi ini.

Malang, 2 September 2023

Muffida Rahmatus Silvy

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO.....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>UCAPAN TERIMAKASIH .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xiv</b>
<b>INTISARI .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENGANTAR.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian dan Manfaat .....	9
1. Tujuan Penelitian .....	9
2. Manfaat Penelitian .....	10
D. Perbedaan Dengan Penelitian Sebelumnya.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
A. Perilaku Konsumtif.....	13
1. Definisi Perilaku Konsumtif .....	13
2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	15
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .....	16
4. Karakteristik Perilaku Konsumtif.....	18
B. Kelekatan Teman Sebaya.....	19
1. Definisi Kelekatan Teman Sebaya .....	19
2. Aspek-aspek Kelekatan Teman Sebaya.....	20
3. Faktor dan Peran Kelekatan Teman Sebaya.....	21
C. Keterkaitan Perilaku Konsumtif dan Kelekatan Teman Sebaya.....	23
D. Kerangka Pemikiran .....	24
E. Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
A. Identifikasi dan Operasional Variabel.....	26
1. Identifikasi Variabel.....	26
2. Definisi Operasional Variabel.....	26

B. Subjek Penelitian .....	27
1. Populasi .....	27
2. Sampel .....	27
C. Cara Pengumpulan Data.....	29
1. Skala Perilaku Konsumtif.....	30
2. Skala Kelekatan Teman Sebaya .....	30
3. Uji Validitas .....	31
4. Uji Reliabilitas.....	32
D. Desain Penelitian .....	33
E. Cara Analisis Data .....	33
1. Uji Asumsi .....	33
2. Uji Hipotesis .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
A. Deskripsi Subjek .....	35
B. Deskripsi Validitas dan Reliabilitas Data.....	35
1. Deskripsi Data .....	35
2. Validitas Skala.....	37
3. Reliabilitas Skala .....	41
C. Uji Asumsi.....	42
1. Uji Normalitas .....	42
2. Uji Linearitas .....	42
3. Uji Hipotesis .....	43
D. Pembahasan.....	44
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>48</b>
A. Kesimpulan .....	48
B. Saran .....	48
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>50</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.</b> Skala Likert.....	29
<b>Tabel 2.</b> <i>Blueprint</i> Skala Perilaku Konsumtif .....	30
<b>Tabel 3.</b> <i>Blueprint</i> Skala Kelekatan Teman Sebaya.....	31
<b>Tabel 4.</b> Deskripsi Subjek Penelitian .....	35
<b>Tabel 5.</b> Hasil Analisis untuk Skor Hipotetik dan Skor Empirik.....	36
<b>Tabel 6.</b> Rumus Kategorisasi .....	36
<b>Tabel 7.</b> Hasil Kategorisasi.....	37
<b>Tabel 8.</b> <i>Blueprint</i> Aitem Skala Perilaku Konsumtif Sebelum <i>Try Out</i> .....	38
<b>Tabel 9.</b> <i>Blueprint</i> Aitem Skala Perilaku Konsumtif Sesudah <i>Try Out</i> .....	39
<b>Tabel 10.</b> <i>Blueprint</i> Aitem Skala Kelekatan Teman Sebaya Sebelum <i>Try Out</i> ...	40
<b>Tabel 11.</b> <i>Blueprint</i> Aitem Skala Kelekatan Teman Sebaya Sesudah <i>Try Out</i> ...	41
<b>Tabel 12.</b> Hasil Uji Reliabilitas .....	42
<b>Tabel 13.</b> Uji Normalitas .....	42
<b>Tabel 14.</b> Hasil Uji Linearitas.....	43
<b>Tabel 15.</b> Hasil Uji Hipotesis.....	43
<b>Tabel 16.</b> Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	44

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.</b> Kerangka Pemikiran Penelitian.....	24
---	----

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Perhitungan Aiken V .....	54
<b>Lampiran 2.</b> Skala <i>Try Out</i> .....	59
<b>Lampiran 3.</b> Tabulasi Skor <i>Try Out</i> .....	67
<b>Lampiran 4.</b> Validitas dan Reliabilitas Skala <i>Try Out</i> .....	70
<b>Lampiran 5.</b> Skala Penelitian .....	79
<b>Lampiran 6.</b> Tabulasi Skala Penelitian.....	87
<b>Lampiran 7.</b> Uji Normalitas .....	92
<b>Lampiran 8.</b> Uji Linearitas .....	94
<b>Lampiran 9.</b> Uji Hipotesis.....	96
<b>Lampiran 10.</b> Hasil Cek Plagiasi dan Daftar Riwayat Hidup .....	98

# **PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGUNA TIKTOK SHOP DITINJAU DARI KELEKATAN TEMAN SEBAYA**

**Muffida Rahmatus Silvya**

Fakultas Psikologi Universitas Merdeka Malang

## **INTISARI**

Media sosial yang banyak digunakan oleh para remaja yakni aplikasi Tiktok. Pada aplikasi Tiktok terdapat fitur Tiktok Shop yang dapat digunakan untuk membeli barang secara online. Dengan adanya fitur tersebut dapat menimbulkan dampak negatif yakni perilaku konsumtif yang dimana para remaja dapat dikatakan labil dan mudah tertarik dengan suatu barang yang baru. Perilaku konsumtif pada remaja tidak lepas dari faktor pengaruh dari lingkungan sosial yakni kelompok acuan atau teman sebaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan perilaku konsumtif pada remaja pengguna Tiktok Shop ditinjau dari kelekatan teman sebaya. Populasi pada penelitian ini yakni remaja yang populasinya tidak diketahui secara pasti (*infinite*), dengan sampel penelitian menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* sebanyak 100 orang dengan kriteria remaja usia 12-18 tahun dan pernah berbelanja di Tiktok Shop. Instrumen pengumpulan data menggunakan skala perilaku konsumtif dengan skala kelekatan teman sebaya. Hasil penelitian menggunakan analisis korelasi *product moment* dengan hasil nilai signifikan  $0.000 < 0.05$ . Dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara perilaku konsumtif dengan kelekatan teman sebaya pada remaja pengguna Tiktok Shop dengan arah hubungan positif. Dengan nilai semakin tinggi perilaku konsumtif maka semakin tinggi pula kelekatan teman sebaya pada remaja, begitu pula sebaliknya.

**Kata kunci : Remaja, Perilaku Konsumtif, Kelekatan Teman Sebaya**

## **CONSUMPTIVE BEHAVIOR AMONG TEENAGE TIKTOK SHOP USERS AS SENSED FROM THE ATTACHMENT OF PEER FRIENDS**

**Muffida Rahmatus Silvya**

*Faculty of Psychology, University of Merdeka Malang*

### **ABSTARCT**

*The social media that is widely used by teenagers is the Tiktok application. In the Tiktok application there is a Tiktok Shop feature which can be used to buy goods online. This feature can have a negative impact, namely consumer behavior where teenagers can be said to be unstable and easily attracted to new items. Consumptive behavior in adolescents cannot be separated from factors influenced by the social environment, namely reference groups or peers. This research aims to find out how consumer behavior is related to teenage Tiktok Shop users in terms of peer attachment. The population in this study is teenagers whose population is not known for certain (infinite), with research samples using techniques non-probability sampling with type purposive sampling as many as 100 people with the criteria of teenagers aged 12-18 years who had shopped at the Tiktok Shop. The data collection instrument uses a consumer behavior scale with a peer attachment scale. The research results used correlation analysis product moment with a significant value of  $0.000 < 0.05$ . It can be concluded that there is a significant relationship between consumer behavior and peer attachment among teenage Tiktok Shop users with a positive relationship direction. With the higher the value of consumer behavior, the higher the peer attachment in adolescents, and vice versa.*

**Keywords: Teenagers, Consumptive Behavior, Peer Attachment**