

HUBUNGAN ANTARA TIPE KEPERIBADIAN EKSTROVERT DAN INTROVERT DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PUTRI DI SMA NEGERI 1KAWANGKOAN

Sherina J. Ç

Program Studi Psikologi Universitas Negeri Manado
Email : sengkeysherina903@gmail.com

Deetje J. Solang

Program Studi Psikologi Universitas Negeri Manado
Email : Deetjesolang61@gmail.com

Sinta E. J Kaunang

Program Studi Psikologi Universitas Negeri Manado
Email : Sintakaunang@unima.ac.id

Abstrak : Penelitian ini merujuk pada Korelasi Antara Tipe Kepribadian Ekstrovert dan Introvert dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di Sma Negeri 1 Kawangkoan. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dengan subjek sebanyak 89 subjek. Yang di cakup oleh siswa remaja yang bersekolah di Sma Negeri 1 Kawangkoan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan tipe kepribadian ekstrovert dan introvert dengan perilaku konsumtif. Jadi hasil dari penelitian ini menunjukkan ada hubungan tipe kepribadian ekstrovert dengan perilaku konsumtif dengan koefisien korelasi 0,423 dengan kontribusi 17,9% dan ada hubungan tipe kepribadian introvert dengan perilaku konsumtif dengan koefisien korelasi 0,496 dan kontribusi 24,6%. Selain itu melalui uji independen sample test diketahui bahwa tidak terdapat perbedaan perilaku konsumtif pada tipe kepribadian ekstrovert dan introvert ($p>0.05$). Maka dapat disimpulkan bahwa kedua tipe kepribadian memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif , jadi disarankan untuk para siswa untuk dapat mengendalikan perilaku konsumtif dengan menerapkan perilaku hidup hemat

Kata Kunci : Kepribadian ekstrovert, introvert dan perilaku konsumtif

Abstract: This study refers to the correlation between extrovert and Introvert personality types with consumptive behavior in adolescent girls in KAWANGKOAN 1 State High School. and introverts with consumptive behavior in adolescent girls in Sma Negeri 1 Kawangkoan. This study uses quantitative techniques with subjects as many as 89 subjects. Which is covered by teenage students who attend Sma Negeri 1 Kawangkoan. The purpose of this study was to determine whether there is a relationship between extrovert and introvert personality types with consumerist behavior. So the results of this study show there is a relationship extrovert personality type with consumptive behavior with a correlation coefficient of 0.423 with a contribution of 17.9% and there is a relationship introvert personality type with consumptive behavior with a correlation coefficient of 0.496 and a contribution of 24.6%. In addition, through an

independent sample test, it is known that there is no difference in consumptive behavior in extrovert and introvert personality types ($p>0.05$). It can be concluded that both personality types have a relationship with consumerist behavior , so it is advisable for students to be able to control consumerist behavior by implementing frugal living behavior.

Keyword : Extrovert personality, introvert and consumerist behavior.

PENDAHULUAN

Remaja merupakan masa dimana individu berinteraksi dengan masyarakat dewasa lainnya, usia dimana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak (Hurlock, 1999).

Fase perkembangan masa remaja merupakan pusat perhatian. Hal ini disebabkan karena masa remaja merupakan masa transisi dari kanak-kanak ke masa dewasa. Remaja merasa bukan kanak-kanak lagi, akan tetapi belum mampu memegang tanggung jawab seperti orang dewasa oleh karena itu, pada masa remaja ini sering terdapat kegoncangan pada individu remaja itu, terutama di dalam nilai-nilai yang lama dan dalam memperoleh nilai-nilai yang baru untuk mencapai kedewasaan (Willis 1994).

Mangkunegara (2009) menyebutkan bahwa ada dua (2) faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang, yaitu kekuatan sosial budaya dan kekuatan psikologis. Salah satu kekuatan psikologis yaitu kepribadian karena kepribadian dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku seorang individu. Faktor kepribadian merupakan faktor bawaan yang melekat yang dipengaruhi oleh faktor genetik dan lingkungan. Eysenck (Alwisol, 2009) juga mengklasifikasikan seseorang berdasarkan dua tipe kepribadian, yaitu tipe kepribadian introvert dan tipe kepribadian ekstrovert. Orang introvert lebih menyukai aktivitas yang tidak menarik dan cenderung membosankan, mereka lebih menyukai aktivitas rutin mereka dengan orang-orang yang sama. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Chen, 2011) mengungkapkan bahwa faktor

kepribadian memiliki kaitan dengan niat konsumen untuk berpartisipasi dalam pembelian online. Lu & Kuo (2010) menunjukkan bahwa pada ekstrovert nilai sosial (29.7%) lebih tinggi dibandingkan pada introvert (26.4), pada introvert nilai emosional (39.1%) lebih tinggi dari pada ekstrovert (35.9%), dan pada introvert nilai uang/harga (32%) lebih tinggi dari pada ekstrovert (29.5%), sehingga dapat disimpulkan bahwa ekstrovert lebih cenderung pada nilai sosial, sedangkan pada introvert lebih cenderung pada nilai emosional dan harga. Sesuai dengan penjelasan diatas dan melihat fenomena yang terjadi di lingkungan penulis ada begitu banyak remaja yang berperilaku konsumtif.

LANDASAN TEORI

Tipe Kepribadian

Definisi tipe kepribadian

Kepribadian merupakan dinamika sebuah organisasi psikofisik fungsional manusia yang berubah menjadi pola-pola tingkah laku yang spesifik dalam menghadapi kehidupan. Jadi, manifestasi dari kepribadian yaitu semua tingkah laku diri kita sendiri. Setiap individu memiliki keunikan fungsional sistem organisasi psikofisik mereka dalam lingkungan hidup. Dalam berinteraksi dengan orang-orang yang ada di lingkungan hidupnya, setiap individu akan memiliki tipe kepribadian masing-masing dalam beradaptasi, menyesuaikan diri, atau menyerah dalam lingkungan tersebut.

Tipe kepribadian Ekstrovert

Ekstrovert adalah suatu kecenderungan sikap yang mengarahkan kepribadian lebih cenderung ke luar dari pada ke dalam diri sendiri. Jung (Suryabrata, 1983) mengatakan bahwa ekstrovert adalah kepribadian yang lebih dipengaruhi oleh

dunia objektif, orientasinya terutama tertuju ke luar. Pikiran, perasaan, serta tindakannya lebih banyak ditentukan oleh lingkungan. Jung (Suryabrata, 1983) menyatakan bahwa dimensi orang ekstrovert dalam perilaku aktual digambarkan sebagai orang yang terbuka, periang, suka bergaul dengan orang lain, cenderung berinteraksi dengan masyarakat dan tidak sensitif, menghadapi kehidupan sehari-hari kurang serius, tidak menyukai keteraturan, agresif, kurang bertanggungjawab, optimis, impulsif bersifat praktis dan penuh motif-motif yang dikordinasi oleh kejadian-kejadian eksternal.

Tipe kepribadian introvert

Seseorang yang mempunyai kepribadian introvert adalah orang yang berkebalikan dengan kepribadian ekstrovert. Dimana perhatian seorang introvert lebih fokus ke dalam dirinya sendiri. Sifat yang dimiliki oleh orang introvert lebih cenderung diliputi dengan kecemasan, kekhawatiran, malu, canggung, dan lebih suka melakukan apapun sendiri. Mereka lebih sulit menyesuaikan diri dan jiwanya cukup tertutup. Secara singkat individu introvert adalah individu yang cenderung menarik diri dari kontak sosial. Minat dan perhatiannya lebih terfokus pada pikiran dan pengalamannya sendiri. Jung (Suryabrata, 2000) menguraikan perilaku introvert sebagai orang pendiam, menjauhkan diri dari kejadian-kejadian luar, tidak mau terlibat dengan dunia objektif, tidak senang berada di tengah orang banyak, merasa kesepian dan kehilangan di tengah orang banyak

Karakteristik kepribadian introvert dan ekstrovert

Dua dimensi sikap tipe kepribadian adalah Ekstrovert dan Introvert. Ekstrovert ditandai dengan mudah

bergaul, terbuka, dan mudah mengadakan hubungan dengan orang lain. Sedangkan introvert ditandai dengan sukar bergaul, tertutup, dan sukar mengadakan hubungan dengan orang lain. Karakteristik ekstrovert ditandai oleh sosiabilitas, bersahabat, aktif berbicara, impulsif, menyenangkan, aktif dan spontan, sedangkan introvert ditandai dengan hal-hal kebalikannya. Individu dengan kecenderungan

Ekstrovert tampak lebih bersemangat, mudah bergaul dan terkesan impulsif dalam menampilkan tingkah laku. Sedangkan individu yang cenderung Introvert akan lebih memerhatikan pikiran, suasana hati serta reaksi – reaksi dalam diri mereka. Hal ini yang membuat individu Introvert cenderung pemalu, memiliki control diri yang kuat, dan memiliki keterpakuan terhadap hal – hal yang terjadi dalam diri mereka. Lebih jelasnya lagi penjabarkan komponen tipe kepribadian Ekstrovert dan Introvert (dalam Schultz, 1994) meliputi aktivitas (activity), kesukaan bergaul (sociability), keberanian mengambil resiko (risk taking), penurutan dorongan kata hati (impulsiveness)

Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah sebagai bagian dari aktivitas atau kegiatan mengkonsumsi suatu barang dan jasa yang dilakukan oleh konsumen (Munandar, 2011). Definisi tersebut memberikan gambaran yang sederhana terkait dengan perilaku konsumtif, karena tidak menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan kegiatan mengkonsumsi barang yang dilakukan secara berlebihan.

Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Sumartono (2002) menjelaskan perilaku konsumtif ke dalam delapan aspek, yaitu:

a. Membeli barang karena hadiah yang menarik. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya, namun hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Individu yang berperilaku konsumtif akan lebih mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang menawarkan bonus atau hadiah dari pembelian yang dilakukannya. Contohnya adalah membeli dua baju untuk mendapatkan satu baju gratis dari pembelian tersebut. Aspek tersebut juga dapat diketahui melalui aktivitas membeli sejumlah barang untuk mendapatkan kupon belanja yang dapat ditukarkan.

b. Membeli barang karena kemasannya yang menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya, kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat individu membeli barang tersebut. Contohnya adalah dengan membeli buku karena cover dari buku tersebut penuh dengan warna dan menarik meskipun buku tersebut tidak dibutuhkan.

c. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Perilaku konsumtif juga dapat ditunjukkan dari perilaku individu yang sengaja membeli barang-barang mahal dan bermerek untuk dapat dipandang lebih dari teman-temannya.

d. Membeli barang karena ada program potongan harga. Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik. Program potongan harga yang sengaja

diberikan oleh pusat perbelanjaan menjadi tawaran yang menarik pada individu yang berperilaku konsumtif.

METODE

A. Pendekatan dan Desain Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif yang berarti mengumpulkan, menyusun, mengolah serta menganalisis data yang berbentuk angka. Menurut Sugiyono (2017) Penelitian kuantitatif dapat didefinisikan sebagai metode filosofis positifisme yang digunakan untuk menyurvei populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, dan pengumpulan datanya menggunakan alat penelitian tertentu. Analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Lokasi Penelitian

Penelitian ini mengambil lokasi di SMA Negeri 1 Kawangkoan yang beralamatkan di talikuran barat, kecamatan kawangkoan Adapun beberapa alasan peneliti untuk melakukan penelitian dilokasi tersebut antara lain :

a. Karena saya sudah melakukan prariset untuk penelitian ditempat tersebut, dan sesuai dengan penelitian saya

b. Jarak dari kediaman peneliti terjangkau, yaitu sejauh km.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik

kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah siswi / pelajar perempuan kelas 11 SMA Negeri 1 Kawangkoan yang berjumlah 120 (data Bidang Kesiswaan SMAN 1 Kawangkoan 2022).

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut sampel yang diambil dari populasi tersebut harus betul-betul mewakili (Sugiyono, 2017).

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah simple random sampling. Simple random sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa melihat strata yang ada dalam populasi tersebut.

Penentuan jumlah sampel dapat dilakukan dengan cara perhitungan statistik yaitu dengan menggunakan tabel Isaac and Michael (Sugiono, 2017). Rumus tersebut digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang telah diketahui jumlahnya yaitu sebanyak 120 siswi kelas 11 SMAN 1 Kawangkoan. Untuk tingkat presisi yang ditetapkan dalam penentuan sampel adalah 95% dengan kata lain penentuan sampel pada penelitian ini memiliki margin of error sebesar 5 %.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Menurut Sugiyono (2017), uji normalitas adalah uji yang dimaksudkan untuk melihat apakah residual yang didapat berdistribusi normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikansi > 0,05, maka dapat dikatakan residual memiliki

distribusi yang normal, dan sebaliknya. Jika nilai signifikansi < 0,05 maka dapat dikatakan residual memiliki distribusi yang tidak normal.

Tabel 4.6 : One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.52335557
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.069
	Negative	-.056
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

(Sumber : Olah Data 2022)

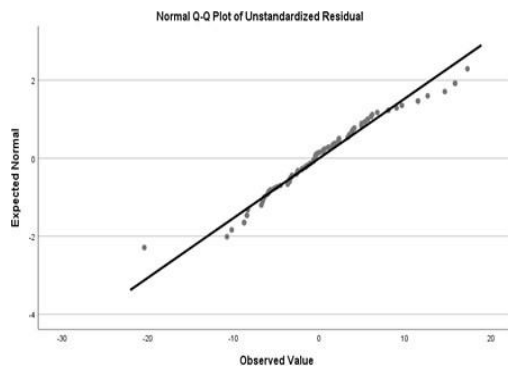
Berdasarkan pada tabel 4.6, hasil uji One-Sample kolmogorov-Smirnov pada nilai residual mendapat nilai signifikansi 0,200. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel pada penelitian ini berdistribusi normal.

Selain itu, normalitas suatu data dapat ditentukan dengan melihat pola

persebaran data normal qq plot. Adapun dasar pengambilan keputusan untuk menentukan data berdistribusi normal adalah :

- Apabila titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa nilai data berdistribusi normal.
- Apabila titik-titik atau data menjauh atau tersebar dan tidak mengikuti garis diagonal, maka dapat dikatakan bahwa nilai data tidak berdistribusi normal (Ghozali,2011).

Gambar 4.1 Normal Q-Q Plot



(Sumber : Olah Data 2022)

Berdasarkan hasil pengujian probabilitas plot menunjukkan bahwa titik-titik data berada didekat garis diagonal atau mengikuti garis diagonal. Hal ini menandakan data berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Linieritas

Menurut Sugiyono dan Susanto (2015) uji linieritas dapat digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen dengan variabel independen memiliki hubungan linear atau tidak secara signifikan. Uji linearitas dapat dilakukan melalui *test of linearity*. Kriteria yang berlaku adalah jika nilai signifikansi pada *Deviation from Linearity* $\geq 0,05$ ataupun nilai signifikansi pada *Linearity* $\leq 0,05$, maka dapat diartikan bahwa antara variabel independen dan variabel dependen terdapat hubungan yang linier.

Tabel 4.7 : Hasil Uji Linieritas

	Signifikansi
<i>Linearity</i>	0.009
<i>Deviation from Linearity</i>	0.595

(Sumber : Olah Data 2022)

Berdasarkan tabel 4.7, nilai signifikansi dari uji linearitas yang didapat adalah 0,00 untuk *linearity* dan 0, 686 untuk *deviation from linearity*. Hal tersebut dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang linier antara variabel independen dan variabel dependen.

B. Uji Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam kata lain hipotesis harus dibuktikan dengan melalui data empirik yang terkumpul selama penelitian (Sugiyono, 2017).

Adapun uji hipotesis yang telah digunakan adalah analisis korelasi *product moment*. Analisis korelasi merupakan metode yang digunakan untuk melihat hubungan 2 variabel, dimana 1 variabel merupakan variabel independen dan 1 variabel dependen. Berikut merupakan hasil dari uji korelasi menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dan Koefisien Determinasi.

1. Korelasi *Pearson Product Moment*

Uji *Pearson Product Moment* adalah salah satu dari beberapa jenis uji korelasi yang digunakan untuk mengetahui derajat keeratan hubungan 2 variabel yang berskala interval atau rasio, di mana dengan uji ini akan mengembalikan nilai koefisien korelasi yang nilainya berkisar antara -1, 0 dan 1. Nilai -1 artinya terdapat korelasi negatif yang sempurna, 0 artinya tidak ada korelasi dan nilai 1 berarti ada korelasi positif yang sempurna.

Tabel 4.8 Korelasi *Pearson Product Moment*

Correlations			
		Ekstrovert	Perilaku Konsumtif
Ekstrovert	Pearson Correlation	1	.423**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.423**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			
Correlations			
		Introvert	Perilaku Konsumtif
Introvert	Pearson Correlation	1	.496**

	Sig. (2-tailed)		.000
	N	90	90
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.496**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	90	90
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).			

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat tipe kepribadian ekstrovert memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif dengan nilai korelasi sebesar 0,423 dan tipe kepribadian introvert memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif dengan nilai korelasi 0,496 dengan kekuatan hubungan cukup kuat (lihat pada tabel 4.9)

Tabel 4.9 Derajat Kekuatan Korelasi (Sugiyono, 2007)

1. Uji Beda dan Koefisien Determinasi

<i>Rentang Nilai</i>	<i>Tingkat Hubungan</i>
0,00 – 0,199	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 0,100	Sangat Kuat

Uji beda *independent sample test* dimaksudkan untuk menguji adakah perbedaan perilaku konsumtif pada tipe kepribadian ekstrovert dan introvert setelah dikategorikan pada analisis deskriptif. Adapun dasar pengambilan keputusan dalam uji beda dengan melihat nilai signifikansi (Sig.) dengan kreteria :

Jika nilai signifikansi < 0,05, artinya terdapat perbedaan perilaku konsumtif pada tipe kepribadian ekstrovert dan introvert. Maka Ha diterima

Jika nilai signifikansi > 0,05, artinya tidak terdapat perbedaan perilaku konsumtif pada tipe kepribadian ekstrovert dan introvert. Maka Ha ditolak dan H0 diterima.

Tabel 4.10 Uji *Independent Sample Test* & Koefisien Determinasi

	Sig	Mean
Tingkat Ekstrovert Tinggi	1.000	85.7143
Tingkat Introvert Tinggi	1.000	85.9000
Tingkat Ekstrovert Sedang	1.000	73.8916
Tingakt Introvert Sedang	1.000	73.4250

Berdasarkan hasil diatas dapat diketahui bahwa perilaku konsumtif siswi yang memiliki kecenderungan introvert

tinggi tidak memiliki perbedaan dengan perilaku konsumtif pada siswi yang memiliki kecenderungan kepribadian ekstrovert (sig.>0,05) dan tidak ada perbedaan nilai mean yang jauh. Demikian juga pada tingkat sedang, tidak ada perbedaan diantara keduanya.

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.507 ^a	.257	.249	6.59624

a. Predictors: (Constant), Tipe Kepribadian Introvert dan Ekstrovert

(Sumber : Olah Data 2022)

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai adjusted R Square adalah 0.257. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara tipe kepribadian ekstrovert dan introvert dengan perilaku konsumtif dengan kontribusi sebesar 25,7% dan 74,3% ditentukan oleh variabel lain diluar penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alwisol. (2009). Psikologi Kepribadian. Malang: UMM Press.
 Chen, T. (2011). Personality Traits Hierarchy of Online Shoppers. Journal of Marketing Studies, 3

- (4), Online.
<http://www.ccsenet.org/>.
- Hurlock-Chorostecki, C. (1999). Holistic care in the critical care setting: application of a concept through Watson's and Orem's theories of nursing. *Official Journal of the Canadian Association of Critical Care Nurses*, 10(4), 20-25.
- Mangkunegara, A. P. (2009). *Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Munandar, A.S. (2006). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, S. (2010). *Psikologi Kepribadian*. Jakarta: Rajawali.
- Willis, B. D. (1994). *Distance education: Strategies and tools*. Educational Technology.