

ABSTRAK

HUBUNGAN KOHESIVITAS KLIK DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA DI JOGJA

Yashinta Wulansari Kondoy
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2009

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan Hubungan Kohesivitas Klik dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Jogja. Klik adalah sebuah kelompok yang kecil dimana anggotanya merasa mengenal satu sama lain dan saling menghargai lebih baik dari pada orang lain di luar klik. Kohesivitas kelompok adalah derajat sejauh mana anggota-anggota kelompok tertarik satu sama lain dan termotivasi untuk tetap tinggal dalam kelompok. Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Penelitian dilakukan pada 95 mahasiswa tingkat pertama di Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan adalah terdapat hubungan antara kohesivitas klik dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Jogja. Reliabilitas kedua skala di estimasi menggunakan tehnik *Alpha Cronbach*. Koefisien reliabilitas untuk skala kohesivitas klik adalah 0,822 dan untuk skala perilaku konsumtif adalah 0,830. Analisis data dilakukan dengan korelasi *Pearson Product Moment*. Hasil penelitian menunjukkan korelasi sebesar 0.660, $p = 0.000$ ($p < 0.01$), yang berarti terdapat hubungan yang signifikan antara kohesivitas klik terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa tingkat pertama di Jogja.

Kata kunci : *kohesivitas klik, perilaku konsumtif*

ABSTRACT

THE CORRELATION BETWEEN THE CLICK COHESIVENESS WITH THE CONSUMER BEHAVIOUR IN UNIVERSITY STUDENT AT YOGYAKARTA

Yashinta Wulansari Kondoy
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2009

Current research was aimed to knowing correlation between click cohesiveness with consumptive behaviour of university student in Jogja. Click is a small group in which the members know and respect each others better than other people out of click. Group cohesiveness are some degree of how far the member of the group attracted one, another and feel motivated to stay in group. Consumer behaviour is a desire to consume some stuff which is not necessary in large amount to reach highly satisfaction. Data was collected from 95 university student of their first year at Yogyakarta. The hypothesis was there are relationship between the click cohesiveness with the consumer behaviour at university student in Yogyakarta. The reliability of both scale was estimated using Alpha Cronbach, with reliability coefficient for click cohesiveness scale was 0,822 and reliability coefficient for consumer behaviour scale was 0,830. The data analysis was using Pearson's modul moment corelation. The correlation was 0.660, $p = 0.000$ ($p < 0.01$), which that mean is a significant correlation between click cohesiveness and consumer behaviour in university student of the first year in Yogyakarta.

Keyword: *click cohesiveness, consumer behaviour*