

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan globalisasi memberi pengaruh pada masyarakat Indonesia salah satunya pengaruh tersebut terlihat dari perubahan perilaku membeli pada masyarakat. Parma (2007) mengatakan bahwa masyarakat mendapat produk yang menunjang penampilan dan kebutuhan yang diinginkan, mereka sangat mudah mendapatnya karena sudah tersedia dipusat perbelanjaan seperti *mall*, supermarket, distro, dan toko lainnya yang serba ada. Pusat perbelanjaan tersebut akan menyediakan banyak penawaran produk dan model pakaian yang ditawarkan secara langsung maupun secara media massa, sehingga masyarakat dapat memilih dan berbelanja untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Menurut Tambunan (dalam Risnawati,2012) berbelanja adalah kata yang sering digunakan sehari-hari dalam konteks prekonomian, baik didunia usaha maupun didalam rumah tangga, namun kata yang sama telah berkembang artinya sebagai suatu cerminan gaya hidup dan rekreasi pada masyarakat kelas ekonomi tertentu. Berbelanja itu sendiri dapat memberikan manfaat yang positif apabila dialokasikan dengan tepat, seperti memenuhi kebutuhan pokok pribadi, meningkatkan daya beli masyarakat akan produk lokal dan dapat menguntungkan antara produsen dan konsumen. Asas saling menguntungkan yang membuat berbelanja itu tidak dilarang namun ada baiknya bila dapat berhemat untuk masa depan maupun untuk mencegah hal buruk yang tiba-tiba saja dapat terjadi. Karena



sesungguhnya segala sesuatu apabila terjadi terlalu eksklusif dan berlebihan akan berdampak tidak baik khususnya bagi diri sendiri (Resstiani,2010).

Menurut Sumartono (2002) dengan menjamurnya bisnis waralaba, *shopping mall*, supermarket, dan toko serba ada saat ini telah menjadi komoditas masyarakat. Kehadirannya akan dianggap eksklusif seakan menjadi simbol peradaban manusia dan mampu menyulap wajah dunia menuju suatu kondisi yang konsumeristik dan sekaligus melahirkan *trend* atau gaya hidup baru. Kondisi seperti ini pada akhirnya menimbulkan apa yang disebut dengan budaya konsumen (konsumtif).

Berbagai macam penawaran produk yang ada didalam pusat perbelanjaan tersebut menyebabkan meningkatnya minat konsumsi serta daya beli masyarakat. Masyarakat mengalami perubahan dalam mengkonsumsi atau membeli suatu produk, tetapi perubahan tersebut hanya untuk memenuhi tuntutan keinginan saja, sehingga masyarakat melakukan pembelian untuk kepuasan semata yang menyebabkan seseorang mempunyai perilaku konsumtif (Ningrum, 2011).

Tambunan (dalam Murbani, 2010) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal. Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002) Perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang mencapai taraf yang tidak rasional lagi.

Fenomena ini sangat menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syaifudin Kasim Riau

terutama yang tinggal dipertanian. perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan para mahasiswa yang tinggal di kota-kota besar yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya.

Mahasiswa merupakan kelompok belajar yang sudah menyelesaikan pendidikan di sekolah menengah atas dan kemudian memasuki kawasan yang jauh lebih diatas yaitu universitas. Mahasiswa menemukan adanya pergaulan masyarakat kota besar yang mengarah pada pemenuhan kebutuhan hidup. Fenomena tersebut sangat erat kaitannya dengan lingkungan kampus, bahwa terdapat keanekaragaman sosial dan budaya untuk bersosialisasi sehingga mampu menyesuaikan diri dilingkungannya.

Mahasiswa akan dianggap mengikuti perkembangan zaman dan mendapat status yang mengangkat harga dirinya apabila telah membeli dan memakai barang dengan merek terkenal. Secara umum barang yang terkenal diartikan sebagai barang yang memiliki kualitas bagus dan tanda atau simbol yang membedakannya dengan merek-merek lain yang ada dipasaran dan harganya relatif mahal diantara barang-barang lainnya. Menurut Roosalina (dalam Sherly, 2016) perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal pada mahasiswa ditandai dengan menggunakan produk pakaian yang memiliki merek yang bergengsi dan mahal dimana merek terkenal tersebut juga digunakan untuk melihat serta sebagai tolak ukur menilai teman-temannya.

Mahasiswa yang berada dikota akan merasakan kepuasan tersendiri saat menggunakan produk-produk pakaian merek terkenal sehingga akan muncul rasa percaya diri dan bangga dengan penampilannya. Mereka akan menjadi fanatik



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dengan produk impor dan mencari merek-merek terkenal disamping kualitasnya yang cukup bagus mereka juga mempunyai alasan tersendiri yaitu karena malu atau gengsi bila memakai pakaian dengan produk yang tidak terkenal. Seorang mahasiswa akan merasa percaya diri dalam bergaul dengan teman-teman apabila dapat mengikuti trend-trend yang sedang berlaku. Hal itu terjadi karena seorang mahasiswa takut dianggap *kudet* atau kurang *update*. Mahasiswa berbelanja produk pakaian untuk menunjang penampilannya serta demi rasa kepercayaan dirinya dilingkungannya terutama saat keluar rumah hanya sekedar untuk jalan-jalan bersama dengan teman-temannya.

Kepercayaan diri dipengaruhi dari tiap tahap perkembangan psikososial individu terutama lingkungan tempat individu menghabiskan waktu. Perkembangan psikososial pada individu dapat terbentuk melalui kemampuan mencapai identitas yang meliputi peran, tujuan pribadi dan ciri khasnya. Bila tidak tercapai kemampuan tersebut individu akan mengalami kebingungan dalam perannya yang bisa berdampak pada rapuhnya kepribadiannya. Hal ini mempengaruhi apakah individu tersebut bisa untuk dapat hidup bahagia, sehat dan bisa nyaman dalam menjalani kehidupannya. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Taylor (dalam Rombe 2014), yang mengatakan bahwa percaya diri merupakan kunci menuju kehidupan yang berhasil dan bahagia dalam menjalani hidup. Bagi seorang mahasiswa penampilan dianggap penting dalam membentuk kepercayaan diri.

Menurut Centi (dalam Murbani, 2010) kepercayaan diri sangat penting, terbentuknya kepercayaan diri pada seorang diawali dengan perkembangan



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsep diri atau gagasan tentang dirinya sendiri yang diperoleh dalam pergaulan suatu kelompok. Salah satu hal yang mengambil peranan penting bagi seseorang adalah pembentukan kepercayaan diri. Peter Lauster (2008) menyatakan bahwa kepercayaan diri ialah suatu sikap atau perasaan yakin akan kemampuan diri sendiri sehingga orang yang bersangkutan tidak cemas dalam bertindak, dapat merasa bebas melakukan hal yang disukainya sekaligus mampu bertanggung jawab atas yang diperbuat. Peter Lauster (2008) mengatakan bahwa kepercayaan diri mempengaruhi sikap hati-hati, ketidak tergantungan, ketidakserakahan, toleransi, dan cita-cita. Seseorang yang memiliki rasa percaya diri tidaklah hati-hati secara berlebihan, tidak mementingkan diri sendiri, toleran, dan tidak memiliki cita-cita yang berlebihan untuk menutupi kekurang percaya pada diri sendiri. Kepercayaan diri tidak terbentuk begitu saja, melainkan melalui sebuah proses. Kepercayaan diri yang kuat dapat terbentuk apabila seorang remaja mampu memahami kelemahan dirinya dan dapat bereaksi secara positif sehingga tidak menyebabkan adanya perasaan rendah diri.

Perilaku konsumtif terjadi pada mahasiswa, karena pada masa kuliah seorang mahasiswa memiliki keterikatan dalam suatu kelompok pertemanan. Biasanya mahasiswa akan selalu mengikuti apa saja yang di lakukan atau yang di inginkan dalam kelompok tersebut karena mahasiswa tersebut takut dikucilkan atau ditolak masuk ke dalam kelompoknya, salah satu cara agar dapat di terima dengan baik dalam kelompoknya seorang remaja melakukan penyesuaian diri. Menurut Sears (1985), pada dasarnya seseorang melakukan penyesuaian diri karena ada dua alasan yaitu Perilaku orang lain memberikan informasi yang bermanfaat dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of SitaSyarif Isim Riau

Individu menyesuaikan diri karena ingin diterima secara sosial dan menghindari celaan. Cara penyesuaian diri tersebut salah satunya adalah dengan cara konformitas, karena dengan konformitas seseorang dapat mendapat informasi yang sangat banyak.

Konformitas dapat terlihat pada perilaku berbelanja pakaian, mahasiswa akan terpengaruh dan mengikuti oleh kebiasaan kelompoknya. Tetapi dorongan untuk melakukan konformitas tidak hanya datang dari dalam diri sendiri tetapi datang dari luar diri, biasanya muncul dari sebuah tekanan-tekanan dalam kelompok sendiri ataupun tekanan dari kelompok lain. Konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada (Baron dan Byrne, 2005). Penggunaan produk pakaian bermerek terkenal ini didasarkan atas pandangan bahwa teman sebaya akan menilai seseorang dari apa yang dipakai.

Mahasiswa yang berada dalam tingkat ekonomi menengah kebawah juga mengikuti perilaku konsumtif akibat tuntutan pergaulan. Kondisi tersebut akan menyulitkan mereka karena keuangan tidak terorganisasi dengan baik. Mahasiswa membeli barang-barang dan jasa yang sifatnya kurang dibutuhkan dan hanya mementingkan faktor keinginan serta untuk mengikuti *mode*, mencoba produk baru atau bahkan hanya mengharapkan pengakuan sosial dibanding faktor kebutuhan maka akan terjerat perilaku konsumtif merek terkenal (Risnawati,2012).

Permasalahan ini juga terjadi pada mahasiswa yang ada di kota Pekanbaru. Keadaan kota Pekanbaru yang merupakan ibukota provinsi Riau dan menjadi



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pusat perdagangan dengan ditunjang oleh keberadaan beberapa *mall* sangat mendukung untuk terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa. Muncul berbagai toko yang menawarkan berbagai mode dan gaya *fashion* terbaru dengan merek terkenal seringkali mengundang para mahasiswa untuk segera memiliki barang yang ditawarkan oleh pasar tersebut. Fenomena ini terlihat berdasarkan hasil wawancara awal peneliti dengan salah satu mahasiswa UIN jurusan Akuntansi pada tanggal 2 Desember 2016 pada mahasiswa yang berinisial AG dia mengatakan bahwa: *“Saya suka menggunakan produk pakaian yang bermerek dan terkenal, saya tidak pernah memperlakukan harga karena produk yang bermerek terkenal itu akan memberikan kepuasan tersendiri untuk saya di depan teman-teman saya”*.

Kemudian peneliti melakukan wawancara kedua pada tanggal 3 Desember 2016 dengan salah satu mahasiswa UIN jurusan akuntansi yaitu inisial OP, berikut hasil wawancaranya: *“Saya suka membeli pakaian bermerek terkenal yang lagi ngetrend yang dipakai teman-teman. Terkadang saya iri melihat teman-teman yang menggunakan pakaian bermerek terkenal, sehingga saya jika ada uang saya langsung membeli produk dengan merek yang sama dengan teman saya”*.

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti pada tanggal 2 dan 3 desember 2016 peneliti menemukan beberapa mahasiswa yang menggunakan produk pakaian yang bermerek terkenal seperti *Levi’s, Pollo, Hermes, Zoya, Summit, dan Gucci* merek-merek produk pakaian tersebut yang dinilai oleh sebagian mahasiswa sebagai produk pakaian bermerek terkenal.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti ada beberapa indikasi yang menunjukkan tingginya perilaku konsumtif produk pakaian bermerek terkenal. Tanda-tanda tersebut diantaranya adalah suka membeli produk pakaian bermerek terkenal, selalu bersemangat untuk membeli pakaian dengan merek terkenal yang sedang *trend*, selalu mempunyai ambisi untuk mempunyai pakaian yang sama seperti teman. Seseorang mampu memenuhi keinginan dan mendapatkan apa yang diinginkan maka akan tumbuh rasa percaya diri, selain kepercayaan diri konsumtif juga sangat dipengaruhi oleh konformitas, konformitas yang telah dibentuk oleh mahasiswa dengan *peer groupnya* dan juga terdapat unsur kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Disaat seseorang menyatakan ataupun telah melakukan pembelian produk dikarenakan adanya tekanan atau paksaan dari kelompok, saat itu juga dapat dikatakan bahwa konformitas dan kepercayaan diri memberikan peran penting pada pemakaian ataupun konsumsi produk. Kondisi ini menyebabkan munculnya pemborosan yang dilakukan remaja dalam menggunakan uangnya, sehingga hal ini penting untuk diteliti, maka peneliti akan meneliti masalah ini dengan subjek yaitu mahasiswa yang terdaftar di UIN Suska Riau.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah

1. Apakah ada hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal pada mahasiswa Fakultas Fekonsos UIN Suska Riau?
2. Apakah ada hubungan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal pada mahasiswa Fakultas Fekonsos UIN Suska Riau?
3. Apakah ada hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal pada mahasiswa Fakultas Fekonsos UIN Suska Riau?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai melalui penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan mengkaji secara ilmiah ada tidaknya hubungan kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal pada mahasiswa fakultas Fekonsos UIN Suska Riau.
2. Mengetahui dan mengkaji secara ilmiah ada tidaknya hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal pada mahasiswa Fakultas Fekonsos UIN Suska Riau.



3. Mengetahui dan mengkaji secara ilmiah ada tidaknya hubungan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap produk pakaian bermerek terkenal pada mahasiswa Fakultas Fekoncos UIN Suska Riau.

D. Keaslian Penelitian

Penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya sangat perlu untuk dikemukakan, karena dapat dipakai sebagai referensi informasi dan bahan. Penelitian yang terdahulu yang hampir sama terkait dengan penelitian yang ingin dilakukan.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Sufrihana Rombe Hubungan Body image dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara *body image* dan Kepercayaan Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di SMA Negeri 5 Samarinda. Persamaan yang terdapat pada penelitian Sufrihana Rombe dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif, sedangkan perbedaannya adalah penelitian Sufrihana Rombe pada variabel penelitiannya ia meneliti tentang body image dan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif sedangkan peneliti variabel penelitiannya meneliti tentang kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Nur Fitriyani, Prasetyo Budi Widodo yang berjudul Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Di Genuk Indah Semarang. Hasil dari penelitian menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

konsumtif, Persamaan yang terdapat pada penelitian Nur Fitriyani, Prasetyo Budi Widodo dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang konformitas dengan perilaku konsumtif, sedangkan perbedaannya adalah penelitian Nur Fitriyani, Prasetyo Budi Widodo pada variabel penelitiannya ia hanya meneliti tentang konformitas dengan perilaku konsumtif sedangkan peneliti variabel penelitiannya meneliti tentang kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif.

Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Peneliti Risnawati yang berjudul hubungan gaya hidup *brand minded* dengan perilaku konsumtif penelitian ini pada mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau tahun 2012. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan positif gaya hidup *brand minded* dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Persamaan yang terdapat pada penelitian Risnawati dengan peneliti adalah sama-sama meneliti tentang perilaku konsumtif, sedangkan perbedaannya adalah penelitian Risnawati pada variabel penelitiannya ia meneliti tentang gaya hidup *brand minded* dengan perilaku konsumtif sedangkan peneliti variabel penelitiannya meneliti tentang kepercayaan diri dan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Manfaat Penelitian**1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan sumbangan referensi untuk memperluas dan masukan terhadap ilmu psikologi, khususnya psikologi konsumen.

2. Manfaat praktis**a. Dosen**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan untuk dosen dalam memberikan bimbingan dan masukan bagi mahasiswa yang sedang dalam proses menyelesaikan skripsi.

b. Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan serta menjadikan referensi bagi mahasiswa yang sedang menyelesaikan skripsi.