

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MEMBELI PAKAIAN PADA MAHASISWI ANGKATAN 2016 FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS DIPONEGORO

Putra Idham Perdana, Endah Mujiasih, S.Psi, M.Si

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro,

Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275

oiicules@gmail.com

Abstrak

Remaja sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, dikarenakan karakteristik remaja yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi, sehingga mendorong munculnya perilaku konsumtif yaitu perilaku membeli tidak wajar. Perilaku konsumtif salah satunya dipengaruhi oleh konformitas teman sebaya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif membeli pakaian pada mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling*, jumlah populasi keseluruhan 203 orang tetapi yang sesuai karakteristik ada 157, didapat sampel sebanyak 64 orang untuk subjek uji coba dan 93 orang untuk subjek penelitian. Metode penggalan data dengan menggunakan dua skala psikologi. Skala Perilaku Konsumtif dengan 39 aitem valid ($\alpha = 0,950$) dan Skala Konformitas Teman Sebaya dengan 25 aitem valid ($\alpha = 0,928$). Analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,476 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) yang berarti ada hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, demikian pula sebaliknya semakin rendah konformitas teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sumbangan efektif konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 22,6% dan sisanya sebesar 77,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci : Konformitas Teman Sebaya, Perilaku Konsumtif, Mahasiswi

Abstract

Adolescents are often targeted for the marketing of various industrial products, due to unstable, specific and easily influenced adolescent characteristics, leading to the emergence of consumptive behavior that is unnatural buying behavior. Consumptive behavior is one of them influenced by peer conformity. This study aims to test empirically the relationship between peer conformity with consumptive behavior of buyin

clothes at student class of 2016 Faculty of Psychology Diponegoro University. Sampling in this study using simple random sampling technique, the total population of 203 people but according to the characteristics there are 157, obtained a sample of 64 people for the subject trial and 93 people for the subject of research. Methods of data mining using two psychological scales. Consumer Behavioral Scale with 39 valid items ($\alpha = 0.950$) and Peer Conformity Scale with 25 valid items ($\alpha = 0.928$). Data analysis using simple linear regression. The result showed that the correlation coefficient was 0.476 with $p = 0,000$ ($p < 0.05$) which means there is a positive correlation between peer conformity with consumptive behavior, the higher the peer conformity, the higher the student's consumptive behavior, and the lower the peer conformity the lower the consumptive behavior. The effective contribution of peer conformity to student consumptive behavior is 22.6% and the rest of 77.4% is explained by other factors.

Keywords: Peer Conformity, Consumptive Behaviour, College Student

PENDAHULUAN

Anggasari (dalam Sumartono, 2002) menjelaskan perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang yang tidak memperhitungkan kegunaannya sehingga menjadi berlebihan. Konsumen membelanjakan barang karena hanya ingin mencari kesenangan dari barang yang diinginkan. Sifat impulsif dari perilaku konsumtif ini yaitu pembelian secara tiba-tiba dan sulit sekali untuk ditahan. Pada pembelian impulsif, konsumen memiliki perasaan yang kuat dan positif terhadap suatu produk, hingga akhirnya konsumen memutuskan untuk membeli, tanpa konsumen memikirkannya terlebih dahulu dan memperhitungkan konsekuensi yang diperolehnya (Hawkins, 2004).

Masa remaja merupakan masa yang penting dalam pencapaian identitas diri, dimana seorang remaja cenderung terlihat dalam pertemanan sebaya (*peer group*) sebagai kelompok sosial atau kelompok referen. Remaja senantiasa mengikatkan diri pada suatu kelompok, karena suatu kelompok memiliki tuntutan yang harus dipenuhi oleh setiap remaja yang ingin bergabung. Perilaku seperti itu merupakan eksperesi perasaan yang ingin diterima oleh lingkungan sosialnya atau merupakan pantulan "*genssi*" agar diterima oleh pihak lain terutama oleh teman sebaya (Zebua & Nurdjayadi, 2001).

Irmasari (2010) mengatakan bahwa perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif, terutama bagi remaja. Dampak negatif perilaku konsumtif antara lain kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial muncul karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyetor untuk ditabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika

seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang.

Menurut Sumartono (2002) faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kelompok-kelompok sosial, kebudayaan dan kelas sosial, sedangkan faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah observasi, konsep diri, proses belajar, motivasi, kepribadian dan harga diri. Loc (dalam Sumartono, 2002) faktor eksternal pembentuk perilaku konsumtif ini dihasilkan oleh kelompok referensi, kelompok referensi terkait dengan adanya pengakuan dari kelompok tersebut terhadap individu yang ada di dalamnya. Kelompok pertemanan sebaya atau *peer group* termasuk dalam kelompok referensi.

Konformitas adalah tuntutan dari kelompok teman sebaya yang memiliki pengaruh yang kuat, serta dapat memunculkan perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok tersebut (Zebua & Nurdjayadi, 2001). Myers (2012) konformitas adalah menyamakan perilaku dengan kelompok acuan sehingga dapat terhindar dari celaan maupun keterasingan.

Myers (2012) juga menambahkan bahwa konformitas pada suatu kelompok mampu membuat individu berperilaku sesuai dengan keinginan kelompok dan membuat individu melakukan sesuatu yang berada di luar keinginan individu tersebut. Dalam hal ini, terdapat suatu keanehan dimana pada dasarnya remaja yang seharusnya belum memiliki penghasilan sendiri, namun karena adanya suatu pengaruh dari kelompoknya maka akan mengikuti apa yang dilakukan oleh kelompoknya.

Adanya hubungan yang positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas teman sebaya, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah konformitas teman sebaya maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui secara empiris mengenai ada tidaknya hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif membeli pakaian pada mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.

METODE

Sampel penelitian atau subjek penelitian adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik dan sesuai dengan tujuan penelitian (Azwar, 2006). Hurlock (2004) menjelaskan bahwa konformitas pada teman sebaya muncul pada dua fase usia, yaitu masa remaja awal kira-kira dari umur 13 sampai 16 tahun, dan masa remaja akhir dari usia 17 tahun sampai 18 tahun, yaitu usia matang secara hukum. Ditunjukkan dengan cara menyamakan diri dengan teman sebaya dalam hal berperilaku, berpakaian,

berkegiatan, bergaya dan sebagainya. Karakteristik populasi yaitu perempuan, usia 18-20 tahun dan uang saku per bulan.

Sampel dalam penelitian ini yaitu mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, alasannya mengambil sampel dari mahasiswi angkatan 2016 karena pada fase usia tersebut sesuai dengan munculnya konformitas pada teman sebaya tahap remaja akhir, dan memilih mahasiswi karena lebih cenderung suka berbelanja dibandingkan mahasiswa.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *simple random sampling*. Teknik tersebut merupakan teknik pengambilan anggota sampel secara acak (Sugiyono, 2010)

Metode pengumpulan data merupakan suatu carayang digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan data-data penelitian. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologis. Skala merupakan metode pengumpulan data terhadap sejumlah sifat dari objek penelitian yang dapat menunjukkan karakteristik objek tersebut yang dituangkan dalam bentuk pernyataan-pernyataan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologi. Azwar (2006) menyatakan karakteristik skala sebagai alat ukur psikologis yaitu :

1. Berisi banyak aitem, karena atribut psikologi diungkap secara tidak langsung melalui indikator-indikator perilaku diterjemahkan dalam bentuk aitem-aitem.
2. Respon subjek tidak diklasifikasikan sebagai jawaban “benar” atau “salah”. Semua jawaban dapat diterima sepanjang diberikan secara jujur dan sungguh-sungguh.
3. Stimulus berupa pertanyaan atau pernyataan yang tidak langsung mengungkap atribut yang hendak diukur, sehingga subjek tidak mengetahui arah jawaban. Akibatnya jawaban yang diperoleh dari subjek berupa proyeksi dari perasaan dan kepribadian subjek.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala model Likert. Penelitian ini menggunakan dua macam skala, yaitu skala konformitas dan skala perilaku konsumtif.

Salah satu ciri alat ukur yang berkualitas baik adalah reliabel, yaitu alat ukur mampu menghasilkan skor yang cermat dengan error pengukuran kecil. Reliabilitas mengacu pada tingkat kepercayaan atau konsistensi hasil ukur yang mengandung makna seberapa tinggi kecermatan pengukuran. Koefisien reliabilitas (r_{xx}) berada dalam rentang 0 sampai 1,00. Semakin koefisien reliabilitas tinggi mendekati 1,00 berarti pengukuran semakin reliabel (Azwar, 2008).

Teknik yang digunakan untuk mengujireliabilitas dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *Alpha Cronbach* dengan rumus sebagai berikut :

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum s^2 X}{\sum s^2 Y} \right)$$

Keterangan :

α = koefisien reliabilitas

k = jumlah belahan

SX = varians tiap belahan tes

SY = varians total

Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas alat ukur pada penelitian ini dibantu dengan *software* pengolahan data *Statistical Package for Social Science (SPSS)* versi 17.0.

Metode analisis data merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengolah data dan menganalisa data dari hasil penelitian untuk diuji kebenarannya kemudian akan diperoleh suatu kesimpulan dari penelitian tersebut. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis statistik dengan kelebihan untuk menganalisis menurut Hadi (2000), adalah :

1. Statistik bersifat universal, digunakan hampir dalam semua penelitian.
2. Statistik bekerja dengan angka-angka yang menunjukkan nilai atau harga
3. Statistik bersifat obyektif sehingga unsur-unsur subjektif dapat dihindari sebagai alat penilaian tidak dapat berbicara lain, kecuali apa adanya

Metode analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dengan rumus persamaan sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Kriteria

X = Prediktor

a = Intersep

b = Koefisien Regresi

Analisis regresi sederhana (Winarsunu, 2002) berguna untuk mengetahui besar hubungan kedua variabel penelitian, menguji taraf signifikansinya, mencari sumbangan efektif

prediktor dan mencari persamaan garis regresi untuk peramalan besarnya nilai Y (perilaku konsumtif) berdasarkan nilai X (konformitas), Penilaian ini menggunakan analisis statistik dengan program *Komputer Statistical Product and Social Scienced* (SPSS) versi 17.0

Alasan menggunakan analisis regresi menurut Hadi (2000) yaitu :

- a. Mencari persamaan regresinya
- b. Menguji apakah korelasi itu signifikan atau tidak
- c. Mencari korelasi antara variabel prediktor dan variabel kriterium
- d. Mencari sumbangan efektif antara variabel prediktor terhadap kriterium

Asumsi yang harus dipenuhi untuk melakukan analisis data dengan teknik analisis regresi sederhana adalah :

1. Uji linieritas, merupakan suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui linier tidaknya suatu distribusi data penelitian (Winarsunu, 2002)
2. Uji normalitas, untuk menguji apakah skor subjek dalam kelompok merupakan estimis terhadap skor subjek dalam populasi dan bahwa skor subjek dalam populasi terdistribusi secara normal (Azwar, 2006)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisa data digunakan untuk membuktikan kebenaran dari hipotesis yang diajukan. Sebelum menguji kebenaran hipotesis, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi. Uji asumsi dilakukan untuk data penelitian dan *try out* untuk melihat validasi dan reliabilitas alat ukurnya. Data penelitian diuji dengan analisis regresi linier. Uji asumsi tersebut meliputi uji normalitas sebaran dan uji linearitas hubungan.

1. Uji Asumsi
 - a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui distribusi data. Data yang baik harus mengikuti distribusi normal sehingga data empirik yang didapat sesuai dengan data sesungguhnya. Uji normalitas penelitian ini menggunakan teknik *Kolmogorov Smirnov Goodness of Fit Test*. Hasil uji normalitas selengkapnya tersaji pada Tabel 13 berikut:

Tabel 13
Hasil Uji Normalitas Data

Variabel	Rat a- rat a	Simpan gan Baku	Kolmogo rov Smirnov	Probabili tas
Perilaku Konsumt if	80, 95	12,832	0,820	0,513
Konform itas	53, 56	7,130	1,119	0,163

Hasil uji normalitas menunjukkan skor *Kolmogorov Smirnov* variabel perilaku konsumtif adalah 0,820 dengan $p = 0,513$ ($p > 0,05$) yang berarti variabel perilaku konsumtif berdistribusi normal. Variabel konformitas juga memiliki distribusi normal dengan skor sebesar 1,119 dengan $p = 0,163$ ($p > 0,05$).

b. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linier antara kedua variabel penelitian. Hubungan yang linear menggambarkan bahwa perubahan pada variabel bebas akan cenderung diikuti oleh perubahan variabel tergantung dengan membentuk garis linear.

Tabel 14
Hasil Uji Linieritas

Nilai F	Signifikansi	Probabilitas
26,645	0,000	< 0,05

Uji linieritas hubungan antara variabel Konformitas dengan Perilaku Konsumtif menghasilkan $F_{lin} = 26,645$ dengan nilai signifikan 0,000 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa terbukti ada hubungan linier antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Dengan demikian analisis data dapat diteruskan dengan uji hipotesis melalui teknik analisis regresi.

2. Uji Hipotesis

Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro diketahui berdasarkan nilai koefisien korelasinya.

a. Uji Korelasi

Uji korelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif, semakin tinggi koefisien korelasinya (mendekati 1), menunjukkan bahwa hubungan semakin erat. Hasil uji korelasi tersaji sebagai berikut:

Tabel 15

Hasil Uji Korelasi Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif

Pearson Correlation	Sig. (2-tailed)	Kesimpulan
0,476	0,000	Ada hubungan signifikan

Hasil perhitungan SPSS didapatkan koefisien korelasi sebesar 0,476 berada pada interval antara 0,25 – 0,5 masuk kategori hubungan yang cukup kuat (Sarwono, 2007). Tingkat signifikansi sebesar $p = 0,000$ ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Hal tersebut membuktikan bahwa hipotesis yang menyatakan adanya hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif dapat diterima. Jadi ada hubungan yang cukup kuat konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.

b. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui besarnya sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif. Apabila koefisien determinasi yang diperoleh semakin mendekati 100%, menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan konformitas dalam memprediksi perilaku konsumtif. Hasil uji koefisien determinasi tersaji sebagai berikut:

Tabel 16

Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,476	0,226	0,218	11,348

Besarnya koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh *R Square* sebesar 0,226. Angka tersebut memiliki arti bahwa konformitas memberi sumbangan efektif sebesar 22,6% terhadap perilaku konsumtif mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.

Jadi Perilaku Konsumtif mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro dapat dijelaskan oleh Konformitas sebesar 22,6% dan sisanya sebesar 77,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

3. Analisis Data Deskripsi

Berdasarkan skor yang dihasilkan, akan dilihat gambaran umum mengenai Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada subjek yang diteliti. Gambaran tentang tanggapan subjek yang terjadi pada Konformitas dan Perilaku Konsumtif nya. Hasil dari skor-skor tersebut maka dibuat kategorisasi menjadi empat kategori. Menurut Azwar (2008), tujuan kategorisasi adalah untuk menempatkan individu ke dalam kelompok-kelompok yang terpisah secara berjenjang menurut suatu kontinum berdasarkan atribut yang diukur. Peneliti menetapkan membuat empat kategorisasi sebagaimana tersaji pada Tabel 19 dan Tabel 20.

Penetapan kategorisasi didasarkan pada deviasi standar, dengan rentangan angka-angka minimum dan maksimum secara hipotetik. Secara umum, kategorisasi dapat dilihat sebagai berikut:

a. Perilaku Konsumtif

Kategorisasi Perilaku Konsumtif dibagi menjadi empat, meliputi sangat rendah, rendah, tinggi dan sangat tinggi.

Tabel 19

Interval Kelas Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Nilai interval	Rentang nilai	Kategori
$\mu - 3SD < X \leq \mu - 1,5SD$	$39 < X \leq 68,25$	Sangat Rendah
$\mu - 1,5SD < X \leq \mu$	$68,25 < X \leq 97,5$	Rendah
$\mu < X \leq \mu + 1,5SD$	$97,5 < X \leq 126,75$	Tinggi
$\mu + 1,5SD < X \leq \mu + 3SD$	$126,75 < X \leq 156$	Sangat Tinggi

Keterangan:

μ = *Mean* (rerata) Hipotetik

SD = Standar Deviasi Hipotetik

Berdasarkan interval kelas tersebut maka gambaran mengenai Perilaku Konsumtif mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro tersaji pada gambar di bawah ini:

Gambar 1.

Distribusi Frekuensi Variabel Perilaku Konsumtif

Sangat rendah	Rendah	Tinggi	Sangat tinggi	
n = 16	n = 70	n = 6	n = 1	
17,2%	75,3%	6,5%	1,1%	
39	68,25	97,5	126,75	156

Berdasarkan kategorisasi perilaku konsumtif, subjek penelitian berada dalam kategori sangat rendah, rendah, tinggi dan sangat tinggi. sebagian besar masuk kategori rendah sebanyak 70 subjek (75,3%), disusul perilaku konsumtif kategori sangat rendah sebanyak 16 subjek (17,2%), kemudian perilaku konsumtif kategori tinggi sebanyak 6 subjek (6,5%) dan terakhir perilaku konsumtif kategori sangat tinggi sebanyak 1 subjek (1,1%). Jadi perilaku konsumtif para mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro tergolong rendah.

b. Konformitas

Kategorisasi Konformitas dibagi menjadi empat, meliputi sangat rendah, rendah, tinggi dan sangat tinggi. Dasar perhitungan kategorisasi sesuai dengan pembagian interval kelas sebagaimana tersaji pada Tabel 19 berikut ini:

Tabel 20
Interval Kelas Kategorisasi Konformitas

Nilai interval	Rentang nilai	Kategori
$\mu - 3SD < X \leq \mu - 1,5SD$	$25 < X \leq 43,75$	Sangat Rendah
$\mu - 1,5SD < X \leq \mu$	$43,75 < X \leq 62,5$	Rendah
$\mu < X \leq \mu + 1,5SD$	$62,5 < X \leq 81,25$	Tinggi
$\mu + 1,5SD < X \leq \mu + 3SD$	$81,25 < X \leq 100$	Sangat Tinggi

Berdasarkan interval kelas tersebut maka gambaran mengenai konformitas mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro tersaji pada gambar di bawah ini:

Gambar 2.

Distribusi Frekuensi Variabel Konformitas

Sangat rendah	Rendah	Tinggi	Sangat tinggi
n = 8	n = 76	N = 9	n = 0
8,6%	81,7%	9,7%	0,0%
25	43,75	62,5	81,25
			100

Berdasarkan kategorisasi konformitas, subjek penelitian berada dalam kategori sangat rendah, rendah dan tinggi. Sebagian besar masuk kategori rendah sebanyak 76 subjek (81,7%), disusul jumlah konformitas kategori tinggi sebanyak 9 subjek (9,7%), dan terakhir konformitas kategori sangat rendah sebanyak 8 subjek (8,6%). Jadi konformitas para mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro tergolong rendah.

Hasil yang diperoleh dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif para mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro ($r_{xy} = 0,476, p < 0,000$).

Hubungan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Hasil penelitian ini terbukti bahwa perilaku konsumtif mahasiswa disebabkan oleh salah satunya konformitas teman sebaya.

Sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 22,6%. Jadi perilaku konsumtif para mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro dapat dijelaskan oleh konformitas sebesar 22,6% dan sisanya sebesar 77,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain seperti: harga diri, kepribadian dan konsep diri, pekerjaan, jenis kelamin, keadaan ekonomi, kelas sosial, keluarga, dan kebudayaan. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa konformitas yang terjadi pada mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro, masuk kategori rendah (81,7%). Semakin rendah skor total yang diperoleh pada skala konformitas, menunjukkan bahwa konformitas mahasiswa rendah.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Hipotesis yang mengatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro terbukti.

Hubungan yang positif tersebut memberi arti, semakin tinggi konformitas terhadap teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif, demikian pula sebaliknya semakin rendah konformitas terhadap teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif.

Bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seperti: harga diri, kepribadian dan konsep diri, pekerjaan, jenis kelamin, keadaan ekonomi, kelas sosial, keluarga, dan kebudayaan. Yang kedua untuk melakukan penelitian lebih mendalam diharapkan dapat melakukan survey awal untuk mencegah munculnya kendala dalam penelitian yang berkaitan dengan jumlah subjek dan teknik sampling.

DAFTAR PUSTAKA

- Antara Jatim. 2012. *Perilaku konsumerisme mengancam masa depan bangsa*.
<http://www.antarajatim.com/lihat/berita/84039/perilaku-konsumerisme-mengancam-masa-depan-bangsa> (diakses pada tanggal 23 Agustus 2017)
- Azwar, S. 2006. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Azwar, S. 2008. *Reliabilitas & Validitas*. Cetakan Kelima. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. 2008. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron, R & Byrne, D. 2004. *Social Psychology*. New York : Allyn and Bacon Inc.
- Damayanti, A.M., 2014. *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi indekost mewah di kecamatan kartasura*. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Engel, J.F., Blackwell, RD., & Miniard, PW. 2005. *Perilaku Konsumen, Jilid 1*. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Eszter, T. 2008. *The role of reference group influence in consumer behaviour*.
rgdi.sze.hu/files/Ertekezesek,%20tezisek/Teziszuzet_Angol.pdf Széchenyi István University
- Hadi, S. 2002. *Metodologi Research*. Jilid I. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hammer, J. 2014. *Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan intensi membeli smartphone remaja SMA karangturi semarang*. Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang: Universitas Diponegoro
- Hawkins, D. I., Motherbaugh, D. L., & Best, R.J. 2004. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: Mc Graw-Hill Companies, Inc.
- Hurlock, E.B. 2004. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih Bahasa: Istiwidayanti dan Soedjarwo. Jakarta: Erlangga.
- Irmasari, D. (2010). *Dampak Positif dan Negatif dari Perilaku Konsumtif*. Ringkasan Skripsi. Universitas Gunadarma
- Mangkunegara, A, P. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung : Refika Aditama.
- Mowen, J & Minor, M. 2002, *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa : Dwi Kartini Yahya. Edisi Kelima Jilid I. Jakarta : Erlangga
- Myers G, David. 2012. *Psikologi Sosial*, Edisi 10. Jakarta : Salemba Humanika,.

- Nasution, S. 2001. *Method Research (Penelitian Ilmiah)*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Nugraheni, A.M.D. 2016. *Pengaruh uang saku dan gaya hidup terhadap tingkat konsumsi mahasiswa universitas negeri semarang*. Abstrak. Universitas Negeri Semarang.
- Rahayu. 2013 *Pengaruh peran orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa kelas XI di SMA kesatrian 1 semarang* <http://lib.unnes.ac.id/17907/1/3401409022.pdf>
- Rusich, E.A. 2008. *The Relationship Between Conformity And Consumer Purchasing Decisions*. New Orlean: Missouri Western State University
- Santrock. 2007. *Life-Span Development Eleventh Edition*. New York: Mc GrawHill Companies, Inc.
- Fitriyani. 2013. *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genukindahsemarang* <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=299744&val=1286&title>
- Sarwono. J. 2007. *Analisis Jalur untuk Riset Bisnis dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumartono, 2002. *Terperangkap dalam iklan : Meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung : Alfabeta.
- Swastha, B dan Handoko, H.T. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta : BPFE UGM.
- Taylor, S.E., Peplau, L.A & Sears, D.O. 2009. *Psikologi Sosial Edisi XII*. Jakarta: Kencana
- Winarsunu, T. 2002. *Statistik Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang: UMM Press.
- Zebua, A & Nurdjayadi, R. 2001. *Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri*. Jurnal Phronesis