

**HUBUNGAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area*

OLEH:

Nurul Azmi Nasution
15.860.0197



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

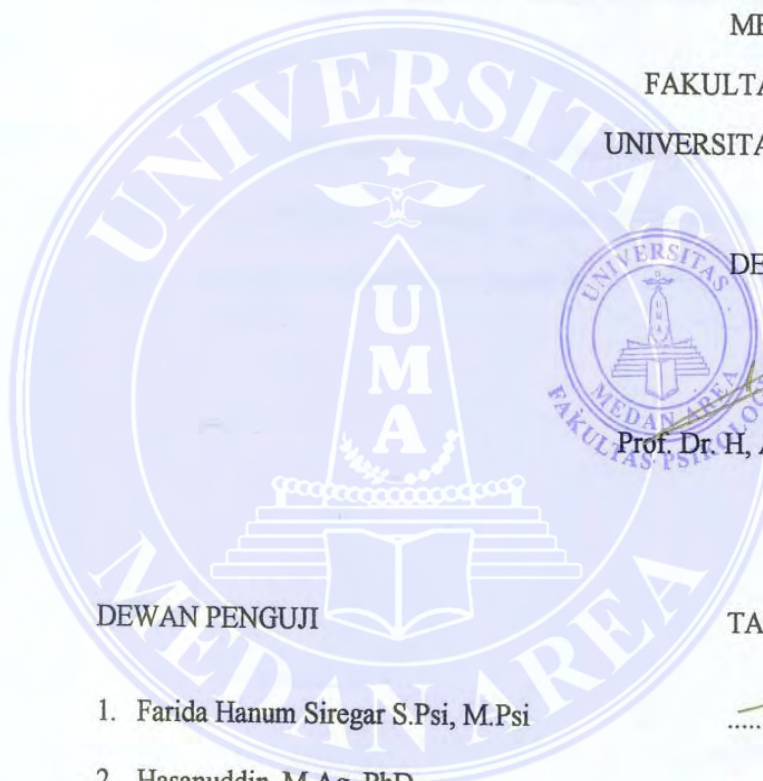
2019

DIPERTAHANKAN DIDEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA DAN
DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGAIAN DARI SYARAT
GUNA MEMPEROLEH DERAJAT SARJANA (SI) PSIKOLOGI

PADA TANGGAL

29 Juli 2019

MENGESAHKAN
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA



DEKAN

Prof. Dr. H, Abdul Munir, M.Pd

DEWAN PENGUJI

1. Farida Hanum Siregar S.Psi, M.Psi
2. Hasanuddin, M.Ag, PhD
3. Suryani Hardjo, S.Psi, MA
4. Eryanti Novita, S.Psi, M.Psi

TANDA TANGAN

JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA

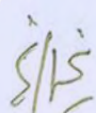
NAMA MAHASISWA : NURUL AZMI NASUTION


JURUSAN : PSIKOLOGI PERKEMBANGAN

MENYETUJUI
KOMISI PEMBIMBING

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II



(SURYANI HARDJO, S.Psi, MA)


(ERYANTI NOVITA, S.Psi, M.Psi)

MENGETAHUI

KEPALA BAGIAN

DEKAN


(AZHAR AZIZ, S.Psi, M.Psi)


(Prof. Dr. H. ABDUL MUNIR, M.Pd)

TANGGAL SIDANG

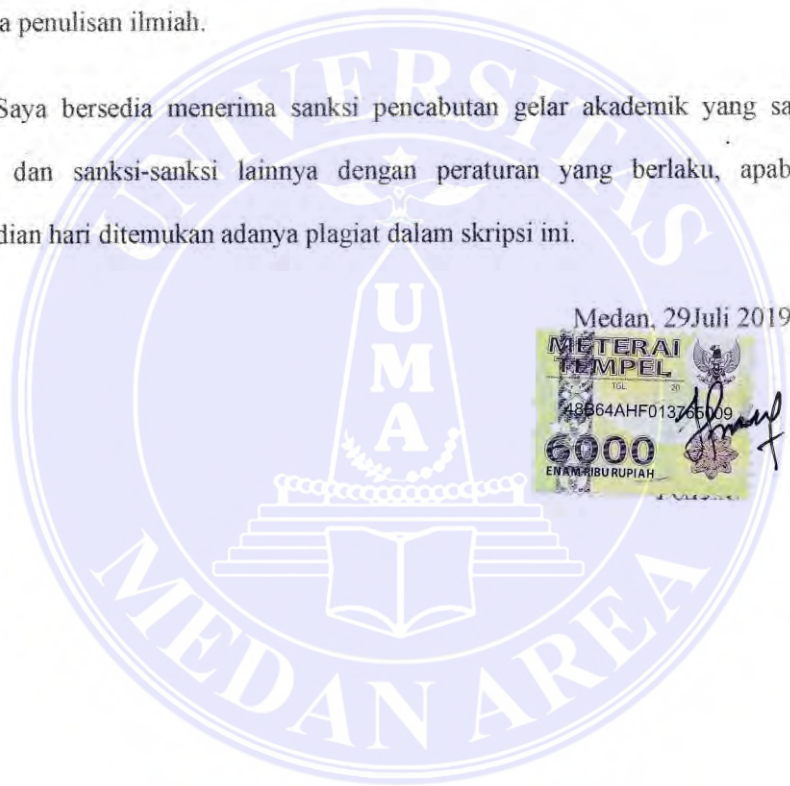
29 JULI 2019



LEMBAR PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



KATA PENGANTAR

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran pada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan baik
2. Yang teristimewa dan tercinta kepada orang tua yang tak terhingga kasih sayangnya dan pengorbanannya ayahanda Syaifuddin Nasution dan ibunda Hj. Sri Puri Mariana, yang telah mendidik dan membesarkan dengan penuh kesabaran dan keikhlasan serta memberikan kasih sayang yang tidak henti-hentinya dan doa, serta selalu memberikan semangat, motivasi dan mendukung saya dalam pendidikan,
3. Adik kandung saya Nurhasanah Nasution, S.Ag dan adik saya Fazriah Fadillah Nasution yang telah memberikan dukungan dan menjadi teman berbagi kisah, serta menjadi penguat dikala sedang rapuh, serta seluruh keluarga besar yang telah memberikan semangat dan nasehat kepada saya.
4. Bapak Drs. M. Erwin Siregar, MBA selaku Yayasan Pendidikan Haji Agus Salim
5. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M, Eng, M. Sc. Selaku Rektor Universitas Medan Area
6. Bapak Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
7. Bapak Hairul Anwar, S.Psi, M.Psi selaku Wakil Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

8. Ibu Suryani Hardjo, S.Psi, M.A selaku Pembimbing I skripsi yang telah banyak memberikan arahan, saran, dan juga bimbingan dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini
9. Ibu Eryanti Novita, S.Psi, M.Psi selaku Pembimbing II skripsi yang telah banyak memberikan arahan, saran, dan juga bimbingan dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini
10. Bapak Prof. Dr. Hasanuddin, Ph, D sebagai Ketua yang sudah berkenan menjadi notulen dalam sidang meja hijau.
11. Ibu Farida Hanum Siregar, S.Psi, M.Psi sebagai Sekretaris yang sudah berkenan menjadi notulen dalam sidang meja hijau
12. Bapak Azhar Aziz, S.Psi, MA sebagai Kepala Jurusan Bidang Psikologi Perkembangan, terimakasih atas perhatian yang telah diberikan selama ini.
13. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Unuversitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan memotivasi peneliti.
14. Seluruh staf bagian tata usaha program studi Psikologi Universitas Medan Area yang turut mempelancar proses penyelesaian kuliah dan skripsi peneliti.
15. Kepada pihak Universitas Medan Area yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian dan teman-teman stambuk 2016 Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang saya sayangi yang telah bersedia untuk mengisi angket penelitian saya
16. Kepada sahabat kampus saya Tyamiiona (Chintya Oktavianta S.Psi, Lailatul Hasanah Manik, S.Psi, dan Tio Septina Turnip, S.Psi) terimakasih

atas 3,5 tahun yang sudah di lewati bersama dari suka, duka, susah, senang sudah di lewati bersama, terimakasih untuk kalian yang rela mendengarkan cerita norak dan gak penting selama bertahun-tahun tanpa ada kata bosan dan jenuh dan menjadi tempat curahan hati, yang selalu memberikan dukungan, motivasi dan bahu untuk saya bersandar ketika sedang jatuh dan terpuruk, serta terpalang bisa ngertiin sifat dan kemauan peneliti dan terimakasih sudah menemani, dan membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

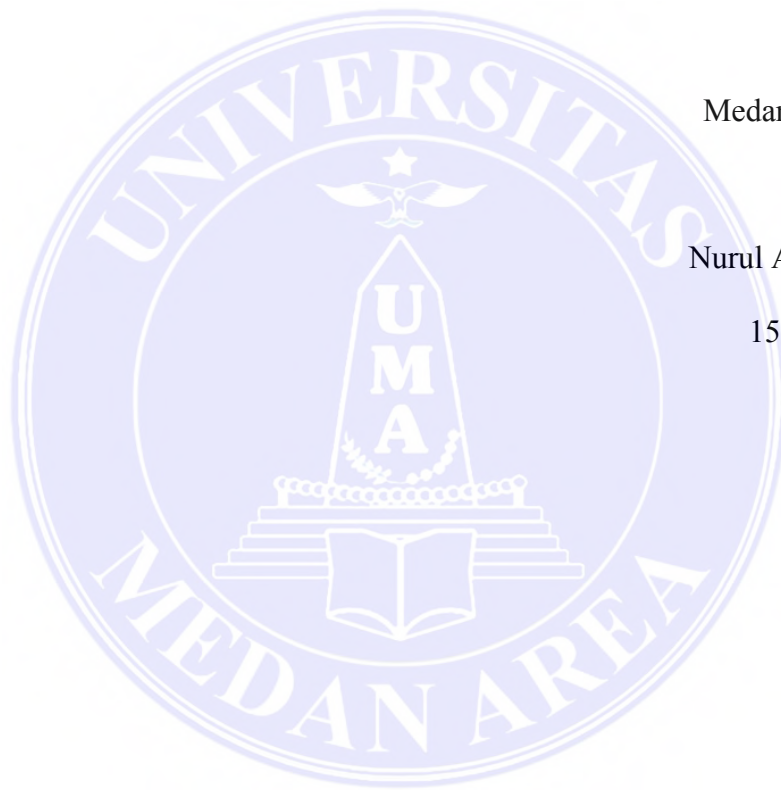
17. Keluarga asrama Desi Ramadhani, S.Psi, Ulfa Nurhasanah S.Pd, dan Winda Anis Julia Ritonga, S.Psi, terimakasih untuk kebersamaan selama ini, suka dan duka sudah di lewati selama 3,5 tahun ini menjadi anak perantauan yang jauh dari keluarga dan orang-orang tersayang, kalian yang saling membantu, peduli dan menolong disaat sedang ada kesusahan dan tertimpa musibah dan menjadi tempat curahan isi hati.
18. Terimakasih untuk Ismayanti Afrina Putri, Alfani Yudana dan Kak Hartika Dewi S.Psi, Rindiani, Rifki Afriandi Tanjung, dan Nur Indah Sari yang sudah memberikan dukungan, doa, serta semangat agar dapat menyelesaikan skripsi ini.
19. Kepada teman-teman seperjuangan stambuk 2015 yang terkhusus kelas Psikologi C yang selalu memberikan informasi dan membantu peneliti serta mendukung peneliti selama proses penyelesaian skripsi.
20. Dan terakhir kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu, yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan karena yang sempurna hanya milik Allah Subhanahuwataala, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sebagai masukan bagi peneliti. Akhir kata peneliti mengucapkan terimakasih bagi setiap pembaca dan berharap kiranya skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Medan, 29 Juli 2019

Nurul Azmi Nasution

158600197



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Alat Ukur Penelitian Uji Coba
Lampiran B	Distribusi Skor Uji Coba Skala Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif
Lampiran C	Hasil Uji Coba Validitas dan Realibilitas Item Skala Konformitas dan Perilaku Konsumtif
Lampiran D	Distributor Skor Penelitian Skala Konformitas dan Perilaku Konsumtif
Lampiran E	Hasil Analisis Regresi Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif
Lampiran F	Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Mahasiswa	9
1. Pengertian Mahasiswa	9
2. Peran Mahasiswa	10
B. Perilaku Konsumtif	11

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Uji Coba	44
Tabel 2	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Konformitas Sebelum Uji Coba	45
Tabel 3	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba.....	47
Tabel 4	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Konformitas Setelah Uji Coba	48
Tabel 5	Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas Sebaran.....	50
Tabel 6	Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Linearitas Hubungan.....	50
Tabel 7	Rangkuman Perhitungan Analisis Korelasi.....	51
Tabel 8	Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Nilai Rata-rata Empirik	52

HUBUNGAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA

Oleh :

Nurul Azmi Nasution

NPM : 158600197

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk melihat Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa. Hipotesis peneliti yang diajukan diterima. Dimana semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Populasi penelitian ini berjumlah 189 dan sampel peneliti 102 mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area sebagai subjek peneliti. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *Likert* dengan teknik pengambilan sampel adalah *Purposive Sampling*. Instrument penelitian adalah skala Konformitas dan skala Perilaku Konsumtif. Hasil sebagai berikut: 1). Terdapat hubungan positif yang signifikan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area, dengan Koefisien Korelasi $r_{xy} = 0,595$; $P = 0,000 < 0,05$, terdapat hubungan 35,4%, dari hasil ini diketahui bahwa masih terdapat 64,6% dari faktor lain terdapat Perilaku Konsumtif yang tidak dijelaskan dan tidak terlihat dalam penelitian ini. 2). Bahwa para Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area, memiliki Konformitas yang tinggi (Mean Empirik = 75,15 > Mean Hipotetik = 60 dimana selisih kedua mean melebihi bilangan SD = 6,555) dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area tergolong tinggi (Mean Empirik = 94,84 > Mean Hipotetik = 85 dimana selisih kedua mean melebihi bilangan SD = 5,255).

Kata Kunci : Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa.

THE RELATIONSHIP CONFORMITY WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR
IN STUDENTS FACULTY OF PSYCHOLOGY UNIVERSITY OF MEDAN
AREA

By:

Nurul Azmi Nasution
NPM: 158600197

ABSTARCT

This research aimed to look the relationship conformity with consumptive behavior in students. The researcher hypothesis was accepted. Where the higher the conformity, the higher of consumptive behavior. The population of this research was 189 and the sample of researcher was 102 students psychology University of Medan Area as the reseacrh subject. The method used in this research is a likert method with a sampling technique is purposive sampling. The research of instrument was the conformity scale and the consumptive behavior scale. Results as follows: 1). There is a significant positive relationship between Conformity with Consumptive Behavior in Psychology Students at University of Medan Area, with Correlation Coefficient $r_{xy} = 0.595$; $P = 0,000 < 0.05$, there is a relationship of 35.4%, from this result it is known that there are still 64.6% of other factors there are Consumer Behavior that is not explained and not seen in this study. 2). That the Psychology Students of Medan Area University have a high conformity (Empirical Mean = 75.15 > Hypothetic Mean = 60 where the difference between the two means exceeds the SD number = 6.555) and the Consumptive Behavior of psychology students of Medan Area University is high (Mean Empirical = 94 , 84 > Hypothetical Mean = 85 where the difference between the two means exceeds SD = 5,255)

Keyword: Conformity, and Consumptive Behavior for Students.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya budaya era globalisasi yang semakin cepat di Indonesia mampu membuat perubahan-perubahan yang menyangkut hampir secara keseluruhan dibidang kehidupan. Perubahan tersebut memberikan dampak terhadap pola kehidupan di masyarakat, salah satunya adalah menyebabkan daya beliserta perilaku konsumtif masyarakat bertambah.

Menurut Fromm dalam Pratama (2017), perilaku konsumtif merupakan keinginan yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa memedulikan kegunaannya, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak, dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status. Pada kenyataannya banyak kegiatan belanja sehari-hari yang tidak didasari oleh pertimbangan yang matang, sehingga berbelanja menjadi gaya hidup dan bukan kebutuhan hidup.

Menurut Sumartono (2002) pengertian perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Adapun dampak negatif dari perilaku konsumtif adalah dapat menyebabkan kecemasan, kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung, dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemasan muncul karena individu selalu merasa bahwa ada tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya, kecemasan sosial muncul karena orang akan membeli semua

barang yang diinginkannya tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa yang akan datang.

Perilaku konsumtif mahasiswa yang mulai terbiasa lama-kelamaan mulai menjadi kebiasaan. Hal ini membawa mahasiswa ke dalam tindakan yang mementingkan penampilan luar mereka, harga diri mereka, serta bagaimana mengikuti perkembangan dilingkungan sekitar supaya setara. Kebiasaan ini menjadikan mereka sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya mahasiswa diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada.

Pelaku utama perilaku konsumtif adalah kelompok mahasiswa. Mahasiswa didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi (Siswoyo, 2007).

Hal tersebut terkait dengan aspek-aspek mahasiswa yang mudah terbujuk dengan hal-hal yang menyenangkan seperti, pembelian impulsif (pembelian yang muncul tiba-tiba atau keinginan sesaat), pembelian tidak rasional (pembelian yang didasari oleh emosional), dan pembelian boros atau berlebihan. Hal ini sesuai

dengan sifat konformitas yang merupakan salah satu bentuk penyesuaian dengan melakukan perubahan-perubahan perilaku ataupun keyakinan agar sama dengan orang lain.

Mahasiswa dipandang oleh masyarakat sebagai individu yang terpelajar, mengalami pematangan dalam berfikir, berpenampilan menarik, rapi dan sopan santun. Pandangan inilah yang akhirnya membuat mahasiswa untuk mengondisikan diri selalu tampil menarik, elegan dan rapi (Purnomo, 2011). Hal ini sering diartikan oleh mahasiswa bahwa untuk tampil menarik harus memakai pakaian yang baru dan lagi tren, membeli produk untuk menjaga gengsi, membeli barang-barang mahal agar terlihat tampil menarik, membeli produk agar dipandang hebat, dan membeli barang mahal agar terlihat lebih hebat. Hal inilah yang akhirnya membuat mahasiswa memiliki perilaku konsumtif. Mahasiswa akan lebih percaya diri terhadap penampilannya ketika mahasiswa sudah dapat tampil layak sesuai dengan standar penampilan yang telah dibuatnya.

Mahasiswa yang berada dalam tingkat ekonomi menengah juga mengikuti perilaku konformitas akibat tuntutan pergaulan. Sehingga sebagian mahasiswa kini hanya mementingkan penampilan, gengsi, dan mengikuti lingkungan sekitar. Uang saku mahasiswa lebih dipentingkan untuk membeli sesuatu yang menjadi keinginan mereka dibanding dengan membeli perlengkapan kampus yang lebih penting sebagai pendukung kuliah.

Disamping itu mahasiswa juga mudah terbujuk rayuan iklan baik di tv, instagram dan fb, sehingga membuat mahasiswa berperilaku boros dan ikut-ikutan. Mahasiswa juga tidak segan-segan untuk membeli barang yang menarik dan mengikuti tren yang sedang berlaku, karena jika mereka tidak ikut-ikutan

maka dianggap kuno dan kurang gaul. Akibatnya mahasiswi tidak memperhatikan kebutuhannya ketika membeli barang.

Seharusnya kampus merupakan tempat mahasiswa memperoleh ilmu pengetahuan, bertukar pikiran, dan bersosialisasi sesama mahasiswa, namun yang terlihat kampus dijadikan ajang pamer penampilan dan gaya hidup mereka. Ketika banyak mahasiswa menerapkan perilaku konsumtif, kehidupan kampus semakin tidak jelas. Mahasiswa yang memiliki kemampuan dalam hal finansial menjadi mudah terpengaruh untuk memenuhi perilaku konsumtif. Mahasiswa akan dianggap mengikuti perkembangan zaman apabila telah membeli dan memakai barang-barang yang lagi tren, bukan barang yang dibutuhkan.

Hal ini juga terlihat di kampus Universitas Medan Area Fakultas Psikologi dimana mahasiswa Fakultas Psikologi terlihat memiliki perilaku konsumtif yang terlihat jelas mahasiswa berusaha mengikuti *trend fashion* yang sedang digemari. Mahasiswa berusaha mengikuti perilaku konsumtif agar terlihat setara dengan teman-teman sekelompoknya. Jika terlihat dari jumlah perilaku yang ditunjukkan oleh Mahasiswa Fakultas psikologi maka dapat dikatakan memiliki perilaku konsumtif yang tinggi. Hal ini akan mempengaruhi teman yang lain untuk berusaha mengikuti agar mahasiswa diterima didalam kelompok tersebut.

Seperti yang dilakukan oleh TS (20 Tahun, 19 November 2018):

“Aku Sih biasanya suka banget beli barang-barang yang menarik dan unik bukan karena kebutuhan tapi karena keinginan dan juga karena ajakan teman-teman, supaya aku tidak ketinggalan zaman dengan teman-temanku. Teman-temanku juga sering mengajak untuk membeli barang-barang misalnya beli 2 gratis satu dan aku tertarik untuk membelinya tanpa memikirkan manfaatnya”.

Hal yang sama juga ditemukan pada AY (20 Tahun)

“Aku suka membeli barang yang aku sukai walaupun tidak dibutuhkan dan membeli barang agar sama dengan orang lain supaya tidak ketinggalan zaman dan dinggap mengikuti tren”

Dari wawancara tersebut dapat dilihat adanya unsur perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan dilakukan semata-mata demi hubungan konformitas yang telah dibentuk oleh mahasiswa dengan *peer group* nya dan juga terdapat unsur kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dalam Crisnawati & Abdullah (2011) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan untuk mengkonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki sesuatu benda yang berupa barang atau jasa, namun bukan berdasar kebutuhan akan tetapi karena keinginan untuk menggunakan atau membeli sesuatu dengan hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan, atau permintaan.

Berdasarkan fenomena di atas, bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa tidak terlepas dari pengaruh kelompok dalam mengkonsumsi barang serta untuk menunjang penampilan diri. Adanya keinginan untuk diterima di dalam kelompok menyebabkan mahasiswa mudah terpengaruh oleh kelompok sebayanya. Maka peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut menjadi penelitian skripsi dengan judul Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, dan peneliti ingin membuktikan apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

B. Identifikasi Masalah

Perilaku konsumtif adalah sebagai keinginan yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa memperdulikan kegunaan, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak, dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status. Perilaku konsumtif adalah perilaku konsumen dalam mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan atau mengkonsumsi makanan, minuman, pakaian, dan lain sebagainya secara berlebihan. Pola perilaku konsumtif adalah pola pembelian dan pemenuhan kebutuhan yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan dan cenderung dikuasai oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata. Seperti dikehidupan sehari-hari mahasiswa banyak menggunakan uang untuk membeli barang karena teman-teman sekelompok juga membeli barang tersebut. Menurut Fromm dalam Pratama (2017) mengatakan bahwa perilaku konsumtif sebagai keinginan yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa memperdulikan kegunaan, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak, dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status.

Seperti contoh dalam khusus pada mahasiswa, yaitu dalam berperilaku konsumtif mahasiswa cenderung membeli barang atas keinginan dan bukan karena kebutuhan sehingga mahasiswa lebih sering menggunakan uangnya dengan hal yang bersifat foya-foya atau pemborosan supaya mahasiswa tidak ketinggalan zaman dan dianggap gaul. Berdasarkan fenomena tersebut penelitian

ingin meneliti tentang Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

C. Batasan Masalah

Pada penelitian ini peneliti hanya membatasi masalah pada hubungan konformitas dan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area ?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat mengetahui tentang bagaimana hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif, hal ini sangat berpengaruh dengan remaja untuk lebih mengetahui dan mengerti tentang perilaku konsumtif, mengetahui apakah ada hal lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau informasi kepada remaja tentang perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan suatu hal yang kurang baik, sehingga dengan mengetahui perilaku tersebut dapat meminimalisir perilaku konsumtif pada mahasiswa yang cenderung dapat berdampak negatif.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Mahasiswa

1. Pengertian Mahasiswa

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), mahasiswa adalah mereka yang sedang belajar di perguruan tinggi. Mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.

Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini dapat digolongkan pada masa remaja akhir sampai masa dewasa awal dan dilihat dari segi perkembangan, tugas perkembangan pada usia mahasiswa ini ialah pematapan pendirian hidup (Yusuf, 2012)

Menurut Siswoyo (2007) mahasiswa dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi. Mahasiswa dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir dan perencanaan dalam bertindak. Berpikir kritis dan bertindak dengan cepat dan tepat merupakan sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa, yang merupakan prinsip yang saling melengkapi. Mahasiswa juga dikatakan sebagai suatu kelompok dalam masyarakat yang memperoleh statusnya karena ikatannya dengan perguruan tinggi.

Mahasiswa menurut Knop dalam Ardana Kurniaji (2012) adalah merupakan insan-insan, calon sarjana yang dalam keterlibatannya dengan

perguruan tinggi yang makin menyatu dengan masyarakat, dididik dan diharapkan menjadi calon-calon intelektual.

2. Peran Mahasiswa

Dari peran mahasiswa tersebut tidak dapat dipungkiri bahwa mahasiswa memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah negara untuk memajukan negara tersebut. Masa depan Indonesia sangat tergantung oleh generasi muda yang terdidik pada saat ini terutama pada mahasiswa.

Pertama yaitu mahasiswa sebagai agent of change atau agen perubahan, perubahan yang dimaksudkan disini adalah perubahan menuju arah yang lebih baik dikarenakan mahasiswa dianggap mempunyai sifat kritis dan demokratis terhadap suatu realita yang terjadi di dalam masyarakat dan mempunyai tugas penting yaitu meluruskan hal-hal yang tidak berjalan dengan seharusnya.

Kedua adalah peran mahasiswa sebagai social control. Sangat penting sebagai mahasiswa disini dengan ilmu yang dimilikinya diharapkan dapat membenahi hal-hal yang kurang ideal yang ada di masyarakat maupun di dalam pemerintahan dan mengembalikannya sesuai dengan aturan dan norma yang berlaku.

Ketiga adalah peran mahasiswa sebagai iron stock, yaitu bahwa mahasiswa merupakan generasi penerus bangsa, penerus pemimpin-pemimpin yang dapat diandalkan

B. Perilaku Konsumtif.

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Konsumtif adalah kata sifat, berasal dari kata dasar “konsumsi” maka dengan demikian kata konsumtif berarti sifat mengkonsumsi, memakai, menggunakan, dan menghabiskan sesuatu.

Kata “Konsumtif” sering diartikan juga dengan kata “Konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang yang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

Menurut Kotler dalam Crisnawati & Abdullah (2011) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan untuk mengkonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki sesuatu benda yang berupa barang atau jasa, namun bukan berdasar kebutuhan akan tetapi karena keinginan untuk menggunakan atau membeli sesuatu dengan hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan ataupun permintaan. Menurut Bandura dalam Damayanti (2014) dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif, menyatakan bahwa tendensi perilaku konsumtif remaja sebagian besar terbentuk dengan melihat dan meniru orang lain dalam konteks sosial.

Menurut Fromm dalam Pratama (2017) mengatakan bahwa perilaku konsumtif sebagai keinginan yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa memperdulikan kegunaan, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak, dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status.

Sumartono (2002) mendefinisikan perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi, dimana seseorang lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan, yang dapat memberikannya kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya, dilakukan konsumen hanya untuk kesenangan semata.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Suyasa & Fransisca (2005) faktor-faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif yaitu :

- a. Hadirnya iklan, Iklan merupakan pesan yang menawarkan sebuah produk yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Iklan juga mengajak agar mengonsumsi barang atau jasa hanya berdasarkan keinginan dan bukan kebutuhan serta harga yang tidak rasional.

- b. Konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.
- c. Gaya hidup Menurut Chaney munculnya perilaku konsumtif disebabkan gaya hidup budaya barat. Pembelian barang bermerk dan mewah yang berasal dari luar negeri dianggap dapat meningkatkan status sosial seseorang.
- d. Kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunanya. Sehingga penggunanya dapat menggunakan batas kredit yang ada tanpa takut tidak mempunyai uang ketika berbelanja.

Menurut Kotler (2005), Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah:

- a. Faktor budaya

Faktor budaya merupakan hal yang sangat penting dalam perilaku pembelian yang mana faktor budaya ini terdiri dari budaya dan kelas sosial. Budaya merupakan penentu keinginan dan perilaku yang paling dasar. Kelas social adalah pembagian dalam masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hirarkis dan yang para anggotanya menganut nilai, minat, dan perilaku yang serupa.

- b. Faktor sosial

Faktor Sosial dipengaruhi oleh kelompok acuan, keluarga, dan peran dan status. Kelompok acuan adalah seseorang terdiri dari semua kelompok

yang memiliki pengaruh langsung atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang tersebut. Keluarga merupakan organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan anggota para keluarga menjadi kelompok acuan primer yang paling berpengaruh. Peran dan status sosial adalah peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang, masing-masing peran menghasilkan status.

c. Faktor Pribadi

Usia dan tahap siklus hidup, orang membeli barang dan jasa berbeda-beda sepanjang hidupnya. Adapun yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau mengkonsumsi barang dan jasa, yaitu pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, pola hidup seseorang di dunia yang terungkap pada aktivitas, minat dan opininya, serta kepribadian dan konsep diri. Kepribadian adalah ciri bawaan psikologi manusia yang terbedakan yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap rangsangan lingkungannya.

d. Faktor psikologis

Dimana didalamnya terdapat motivasi, persepsi, dan sikap. Motivasi, muncul karena adanya kebutuhan yang dirasakan oleh konsumen, kebutuhan sendiri muncul karena konsumen merasakan ketidak nyamanan antara yang seharusnya dirasakan dan yang sesungguhnya dirasakan. Kebutuhan yang dirasakan tersebut mendorong seseorang untuk melakukan tindakan untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Artinya, motivasi adalah daya dorong yang muncul dari seorang konsumen yang akan mempengaruhi proses keputusan konsumen dalam membeli dan

menggunakan barang dan jasa. Persepsi konsumen adalah proses dimana kita memilih, mengatur, dan menerjemahkan masukan informasi untuk menciptakan gambaran dunia yang berarti. Poin utamanya adalah bahwa persepsi tidak hanya tergantung pada rangsangan fisik, tetapi juga pada hubungan rangsangan terhadap bidang yang mengelilinginya. Sikap konsumen adalah faktor penting yang akan mempengaruhi keputusan konsumen. Konsep sikap sangat erat kaitannya dengan konsep kepercayaan dan perilaku. Sikap merupakan ungkapan perasaan konsumen tentang suatu objek apakah disukai atau tidak, dan sikap juga menggambarkan kepercayaan konsumen terhadap berbagai atribut dan manfaat dari objek tersebut

Menurut Sumartono (2002), munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal :

1. Faktor Internal

- a. Motivasi

Motivasi merupakan suatu konsep yang dipakai untuk menerangkan kekuatan-kekuatan yang ada pada organisme untuk memunculkan dan mengarahkan tingkah lakunya. Solomon dalam Crisnawati & Abdullah (2011) memberi batasan yang lebih sederhana tentang motivasi yaitu proses-proses yang menyebabkan orang bertindak laku seperti yang dilakukan. Proses-proses ini dipacu oleh aktifnya suatu kebutuhan yang menimbulkan dorongan pada individu untuk berusaha menekan atau mengurangi tekanan. Motivasi seseorang dalam membeli adalah

memuaskan dorongan kebutuhan dan keinginan yang diarahkan untuk mengurangi rasa ketegangan.

b. Proses Belajar dan Pengalaman.

Dalam proses pembelian terdapat proses pengamatan belajar. Konsumen mengamati dan mempelajari stimulus yang berupa informasi-informasi yang diperolehnya. Hasil dari pengamatan dan proses belajar tersebut dipakai konsumen sebagai referensi untuk membuat keputusan dalam pembelian.

c. Kepribadian

Kepribadian merupakan pola perilaku yang konstan dan menetap pada individu (Assael dalam Crisnawati & Abdullah (2011) .

d. Konsep Diri

Konsep Diri dapat didefinisikan sebagai cara seseorang untuk melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang di pikirkan.

e. Sikap dan Keyakinan

Sikap merupakan evaluasi, perasaan, emosional, dan kecenderungan menguntungkan atau tidak menguntungkan dan bertahan lama dari seseorang terhadap suatu objek atau gagasan.

2. Faktor Eksternal

- a. Faktor kebudayaan. Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok, baik kelompok besar maupun kelompok kecil.

- b. Faktor kelas sosial. Kelas sosial merupakan kelompok-kelompok relative homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun dalam suatu hierarki dan keanggotaannya mempunyai sistem nilai, minat dan perilaku yang serupa.
- c. Faktor keluarga. Keluarga yaitu unit sosial terkecil yang memberikan contoh fundamental yang utama bagi perkembangan remaja. Keluarga memegang peranan terbesar dan terutama dalam pembentukan individu.
- d. Kelompok acuan merupakan suatu kelompok orang yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma dan perilaku konsumen. Menurut Louddon dan Bitta, kelompok acuan ialah kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dan perilakunya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor internal (motivasi, proses belajar dan pengalaman, kepribadian, konsep diri, serta sikap dan keyakinan), dan faktor eksternal (kebudayaan, kelas sosial, keluarga, serta acuan).

3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Ghifari (2003) mengemukakan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif adalah:

- a. Aspek pembeli impulsif

Aspek pembeli impulsif adalah pembelian yang didasarkan oleh dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan dilakukan di tempat pembelian.

b. Aspek pembelian tidak rasional

Aspek pembelian tidak rasional adalah pembelian yang lebih didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau juga berbeda dengan orang lain serta adanya perasaan bangga dan pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.

c. Aspek pembelian boros atau berlebihan

Aspek pembelian boros atau berlebihan adalah pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen dan pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan sehingga menyebabkan seseorang menggunakan uang untuk bermacam-macam keperluan yang tidak sesuai dengan kebutuhan pokok.

Sedangkan menurut Tambunan (2001) ada dua aspek perilaku konsumtif :

- a. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan.
- b. Perilaku tersebut dilakukan untuk mencapai kepuasan semata.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif adalah aspek pembelian impulsif, aspek pembelian tidak rasional, dan aspek pembelian boros.

4. Karakteristik Perilaku Konsumtif

Grider dalam jessicagumulya (2012) lebih lanjut menjelaskan tentang karakteristik individu yang berperilaku konsumtif yaitu :

- a. Pola konsumsi yang bersifat foya-foya.
- b. Boros

- c. Selalu merasa tidak puas jika belum memiliki barang yang diinginkan.
- d. Meterialistik atau hasrat memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhan.

5. Tipe-tipe Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumen dapat dikelompokkan dalam empat tipe (Sutisna, 2003) :

- a. Konsumen dalam pembeliannya dengan pembuatan keputusan (timbul kebutuhan, mencari informasi dan mengevaluasi merk, serta memutuskan pembelian). Dua interaksi menghasilkan tipe perilaku yang kompleks
- b. Perilaku konsumen melakukan pembelian terhadap satu merk secara berulang-ulang dan konsumen mempunyai keterlibatan tinggi dalam proses pembeliannya. Perilaku konsumen menghasilkan tipe perilaku konsumen yang loyal terhadap merk.
- c. Perilaku konsumen melakukan pembeliannya dengan pembuatan keputusan dan pada proses pembelian konsumen merasa kurang terlibat.
- d. Perilaku pembelian suatu merk berdasarkan kebiasaan dan pada pembelian, konsumen merasa kurang terlibat.

C. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Myers (2010) mengartikan konformitas sebagai *“A change in behavior or belief to accord with others”*. Konformitas adalah perubahan perilaku ataupun keyakinan agar sama dengan orang lain. Myers (2010) juga menambahkan bahwa konformitas berarti perubahan perilaku pada individu sebagai akibat dari adanya tekanan kelompok. Ditambahkan lagi konformitas bukan sekedar berperilaku seperti orang lain, namun juga dipengaruhi oleh bagaimana orang lain berperilaku.

Menurut Monks (2004) konformitas merupakan salah satu bentuk penyesuaian dengan melakukan perubahan-perubahan perilaku yang disesuaikan dengan norma kelompok. Konformitas terjadi pada remaja karena pada perkembangan sosialnya, remaja melakukan dua macam gerak yaitu remaja mulai memisahkan diri dari orangtua dan menuju kearah teman-teman sebaya.

Menurut Baron dan Byrne (2005) konformitas adalah penyesuaian perilaku untuk menganut pada norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan yang menunjukkan bagaimana seorang individu akan berperilaku. Sedangkan Hurlock(2003) berpendapat bahwa peningkatan konformitas disebabkan waktu yang lebih banyak dihabiskan remaja bersama dengan teman dari pada keluarga, sehingga sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku remaja lebih dipengaruhi oleh temannya dari pada keluarga. Senada dengan Hurlock, Santrock mengatakan bahwa konformitas muncul ketika individu meniru sikap dan tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan untuk mengikuti teman sebaya menjadi sangat kuat pada masa remaja .

Menurut Santrock (2003) konformitas teman sebaya pada remaja dapat berpengaruh positif atau negatif, seorang remaja terlibat dengan tingkah laku sebagai akibat konformitas yang negatif seperti menggunakan bahasa asal-asalan, mencuri, mengcoret-coret, mempermainkan orang tua, dan guru. Namun banyak konformitas pada remaja yang positif seperti keinginan untuk terlibat dalam dunia teman sebaya, misalnya berpakaian seperti teman-temannya dan ingin menghabiskan waktu dengan anggota perkumpulan, misalnya ketika suatu perkumpulan mengumpulkan uang untuk tujuan yang baik dan benar. Konformitas dapat memunculkan perilaku diantaranya gaya bahasa, sikap, aktivitas sosial yang akan diikuti, nilai-nilai yang dianut dan penampilan diri.

Dari uraian diatas konformitas dapat disimpulkan konformitas adalah perubahan perilaku ataupun keyakinan agar sama dengan orang lain dan memiliki pengaruh dan tekanan yang kuat dan penyesuaian perilaku untuk menganut pada norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan- aturan yang menunjukkan bagaimana seorang individu akan berperilaku.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut Myers (2010) faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk konformitas adalah:

a. Ukuran kelompok (*Group size*)

Semakin besar jumlah anggota kelompok, semakin besar pula pengaruhnya terhadap individu.

b. Kohesivitas (*Cohesion*)

Kohesivitas merupakan perasaan yang dimiliki oleh anggota dari kelompok dimana mereka merasa ada ketertarikan dengan kelompok,

semakin seseorang memiliki kohesif dengan kelompoknya maka semakin besar pengaruh dari kelompok pada individu tersebut.

c. Status (*status*)

Dalam sebuah kelompok bila seseorang memiliki status yang tinggi cenderung memiliki pengaruh yang lebih besar, sedangkan orang yang memiliki status yang rendah cenderung untuk mengikuti pengaruh yang ada.

d. Respon didepan umum (*Public Response*)

Ketika seseorang diminta untuk menjawab secara langsung pertanyaan dihadapan publik, individu cenderung akan lebih *conform*, dari pada individu tersebut diminta untuk menjawab dalam bentuk tulisan.

e. Kurangnya komitmen (*No Prior Commitment*)

Seseorang yang sudah memutuskan untuk memiliki pendiriannya sendiri, akan cenderung mengubah pendiriannya disaat individu tersebut dipertunjukkan pada adanya aspek tekanan sosial. Konformitas akan lebih mudah terjadi pada orang yang tidak mempunyai komitmen.

Menurut Baron dan Branscombe (2012) menyatakan bahwa konformitas dipengaruhi oleh sejumlah faktor, yaitu :

a. Kohesivitas

Kohesivitas didefinisikan sebagai derajat ketertarikan individu terhadap kelompok.

b. Ukuran Kelompok

Ukuran kelompok ialah jumlah anggota kelompok yang semakin besar akan mempengaruhi tinggi rendahnya konformitas dalam kelompok tersebut.

c. Norma Deskriptif

Norma deskriptif ialah norma yang hanya menggambarkan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu.

d. Norma Injungtif

Norma injungtif ialah norma yang secara spesifik menetapkan perilaku apa yang diterima atau tidak dapat diterima pada situasi tertentu.

3. Aspek-aspek Konformitas

Menurut Taylor, Peplau, & Sears, 2006 (dalam buku Hidayat, K & Bashori, K, 2016) mengemukakan bahwa aspek-aspek konformitas adalah:

a. Peniruan

Individu berkeinginan untuk sama dengan orang lain, baik secara terbuka atau karena ada tekanan, baik nyata atau dibayangkan. Peniruan umumnya dilakukan pada sosok ideal yang dikagumi.

b. Penyesuaian

Individu melakukan konformitas terhadap orang lain dengan melakukan penyesuaian pada norma yang ada dalam kelompok. Penyesuaian sikap dan perilaku ini dilakukan karena yang bersangkutan memiliki keinginan untuk dapat diterima orang lain.

c. Kepercayaan

Semakin besar kepercayaan individu pada informasi yang diterima dari orang lain, semakin meningkat pula kecenderungannya untuk melakukan konformitas terhadap orang lain.

d. Kesepakatan

Suatu keputusan yang telah disepakati bersama menjadi kekuatan sosial yang mampu menimbulkan konformitas. Kesepakatan itulah yang mengikat anggota komunitas untuk bersikap dan berperilaku sesuai keputusan bersama.

e. Ketaatan

Dalam hal ini, terdapat kesetiaan atau ketundukan individu kepada otoritas tertentu. Kesetiaan kepada pimpinan yang karismatik misalnya, dapat membuat individu melakukan konformitas terhadap hal-hal yang disampaikannya.

Konformitas sebuah kelompok dapat mudah terlihat dengan adanya aspek-aspek yang khas. Menurut David (2009) mengemukakan secara eksplisit bahwa konformitas remaja ditandai dengan adanya tiga hal sebagai berikut :

a. Kekompakan

Semakin besar rasa suka anggota yang satu terhadap anggota yang lain, dan semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan

kelompok serta semakin besar kesetiaan mereka, maka akan semakin kompak kelompok tersebut.

b. Kesepakatan

Pendapat yang menjadi acuan kelompok yang sudah dibuat memiliki tekanan kuat sehingga individu harus loyal dan menyesuaikan pendapatnya dengan pendapat kelompok.

c. Ketaatan

Tekanan sosial yang membentuk individu bersedia melakukan perilaku tertentu meskipun sebenarnya tidak ingin hal ini berkaitan juga dengan informasi yang persuasif serta adanya punishment, reward, tekanan atau tuntutan kelompok acuan pada remaja membuatnya rela melakukan tindakan walaupun remaja tidak menginginkannya. Bila ketaatannya tinggi maka konformitasnya akan tinggi juga.

Aspek-aspek yang mempengaruhi konformitas dapat bervariasi. Hal ini berkaitan dengan ahli yang memaparkan. Ada 3 aspek yang mempengaruhi konformitas yaitu kekompakan, kesepakatan dan ketaatan. Ketiganya memiliki peran kuat pada individu untuk berlaku konformitas pada sesama, sebab bermula dari kekompakan yang dimiliki maka terbentuklah kesepakatan-kesepakatan atas pedoman atau tata cara yang harus dilaksanakan individu sebagai anggota kelompok itu sendiri dan mau tidak mau atas tekanan yang ada maka individu akan melakukan perilaku yang serupa dengan anggota-anggota lainnya.

4. Ciri-ciri Konformitas

Menurut Myers (2010) terdapat dua dasar pembentuk ciri-ciri konformitas, yaitu:

a. Pengaruh normatif

Penyesuaian diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan. Pengaruh ini membuat individu berusaha untuk mematuhi standar norma yang ada didalam kelompok.

b. Pengaruh informasional

Penyesuaian individu ataupun keinginan individu untuk memiliki pemikiran yang sama sebagai akibat dari adanya pengaruh penerima pendapat maupun asumsi pemikiran kelompok, dan beranggapan bahwa informasi dari kelompok lebih kaya dari pada informasi milik pribadi, sehingga individu cenderung untuk konformitas dalam menyamakan pendapat atau sugesti.

5. Bentuk-bentuk Perilaku Konformitas

Menurut Myers (2010) didalam konformitas terdapat dua bentuk perilaku konformitas:

a. Compliance (Menurut)

Adalah tindakan konformitas dimana seseorang menerima pengaruh sosial yang dibentuk akibat tekanan sosial meskipun secara pribadi sebenarnya tidak menyetujui.

b. Acceptance (Penerimaan)

Adalah tindakan konformitas yang dilakukan dengan senang hati karena percaya terhadap tekanan atau norma sosial dalam kelompok atau masyarakat.

D. Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif.

Bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial, karena masa ini merupakan fase pencarian jati diri. Biasanya mereka selalu ingin tau dan mencoba sesuatu yang baru dilihat dan ingin diketahuinya dari lingkungan sekitarnya.

Disamping itu, biasanya remaja mudah terbujuk rayu iklan, suka ikut-ikutan dan cenderung boros. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh produsen untuk memasuki pasar remaja.

Menurut Kotler dalam Crisnawati & Abdullah (2011) mengatakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan untuk mengkonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki sesuatu benda yang berupa barang atau jasa, namun bukan berdasar kebutuhan akan tetapi karena keinginan untuk menggunakan atau membeli sesuatu dengan hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan ataupun permintaan. Menurut Bandura dalam Damayanti (2014) dalam kaitannya dengan perilaku konsumtif, menyatakan bahwa tendensi perilaku konsumtif remaja sebagian besar terbentuk dengan melihat dan meniru orang lain dalam konteks sosial.

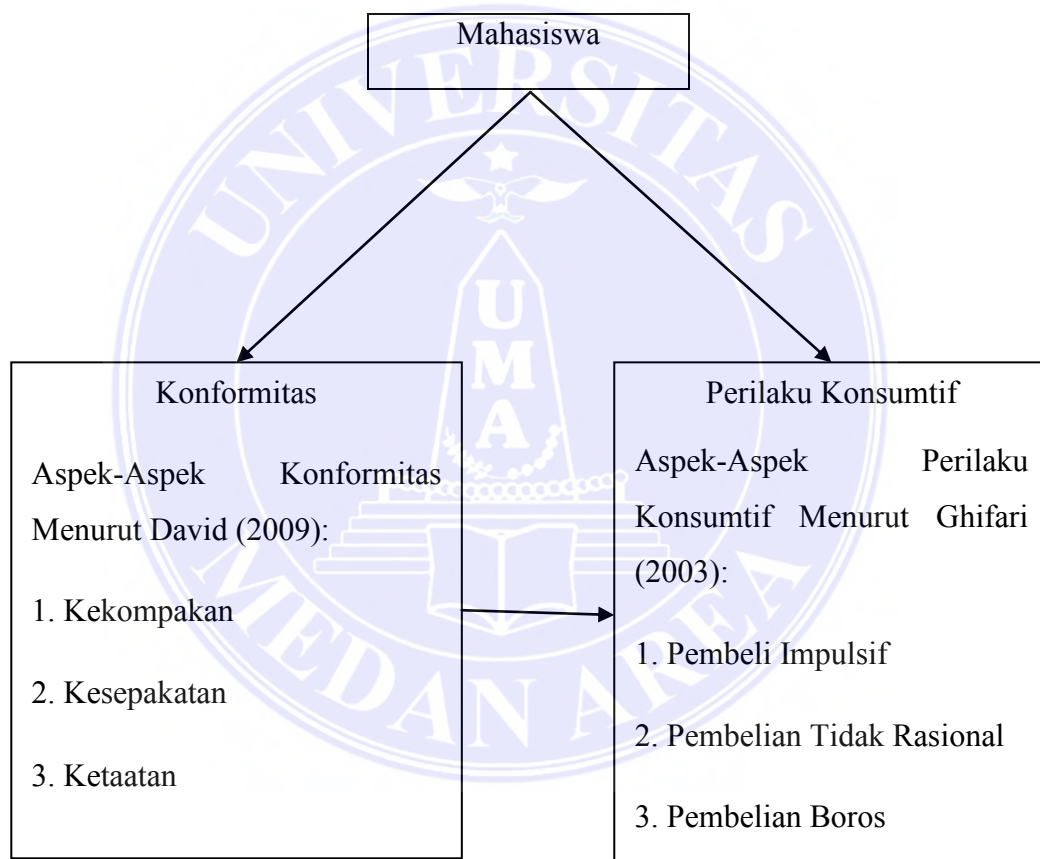
Menurut Monks (2004) konformitas merupakan salah satu bentuk penyesuaian dengan melakukan perubahan-perubahan perilaku yang disesuaikan dengan norma kelompok. Konformitas terjadi pada remaja karena pada perkembangan sosialnya, remaja melakukan dua macam gerak yaitu remaja mulai memisahkan diri dari orangtua dan menuju kearah teman-teman sebaya.

Berdasarkan uraian yang ada diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konformitas dapat menyebabkan perilaku konsumtif, dimana perilaku konsumtif tersebut didasari oleh komunitas yang diikuti individu. Terutama jika dalam suatu kelompok mayoritas anggotanya menganggap suatu barang itu wajib untuk dimiliki sebagai identitas atau agar di akui di komunitas tersebut. Dengan demikian, konformitas memiliki peran penting dalam menentukan suatu perilaku dapat menjadi konsumtif pada suatu pembelian barang karena adanya tuntutan dari kelompok serta aturan tak tertulis dalam suatu kelompok sehingga membuat seseorang menjadi memiliki keinginan untuk menjadi sama dengan yang lainnya.

Berdasarkan penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Azizah & Listiara (2017), dengan judul “ Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Pembelian Tas Melalui Online Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (FISIP) Dan Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Diponegoro”. Jenis penelitian ini menggunakan teknik convenience sampling dan menggunakan sampel sebanyak 198 mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan dua skala yaitu Skala Perilaku Konsumtif dan Skala Konformitas. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa ada ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui online shop pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

(FISIP) dan Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Diponegoro. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui online shop, sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui online shop dengan nilai $p = 0,000$ ($p < 0,001$).

E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Berdasarkan tinjauan pustaka diatas dan yang telah penelitian paparkan, maka penelitian mengajukan hipotesis dari penelitian ini adalah : “Ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif”. Dengan asumsi bahwa semakin tinggi konformitas pada mahasiswa maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya”. Sebaliknya “Apabila semakin rendah konformitas pada mahasiswa maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya”.



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode merupakan unsur penting dalam penelitian ilmiah, karena metode yang digunakan dalam penelitian dapat menemukan apakah penelitian tersebut dapat dipertanggung jawabkan hasilnya. Bab ini akan menguraikan mengenai tipe penelitian, identifikasi variabel penelitian, definisi operasional, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, validitas dan realibilitas alat ukur, dan analisis data.

A. Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini, penelitian menggunakan tipe penelitian kuantitatif, dimana prosedur yang digunakan didalam penelitian ini adalah model korelasional. Maksud korelasional dalam penelitian ini adalah untuk melihat hubungan variabel antara bebas (X) dan variabel tergantung (Y) yaitu konformitas (X) dan perilaku konsumtif (Y).

B. Identifikasi Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas : Konformitas
2. Variabel Terikat : Perilaku Konsumtif

C. Definisi Operasional

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan untuk mengkonsumsi produk karena adanya perasaan ingin memiliki sesuatu benda yang berupa barang atau jasa, namun bukan berdasar kebutuhan akan tetapi karena keinginan untuk menggunakan atau membeli sesuatu dengan hanya memenuhi hasrat kesenangan semata tanpa dapat membedakan antara kebutuhan, keinginan ataupun permintaan.

Konformitas adalah perubahan perilaku remaja sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun, memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok tersebut.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Studi atau penelitiannya juga disebut studi populasi atau studi sensus. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang

ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajaridan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012).

Sugiyono (2012) menjelaskan bahwa jika populasinya besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimilikipopulasi tersebut.

Jumlah Populasi Mahasiswi Stambuk 2016

No	Kelas	Jumlah Mahasiswi
1	A1 Psikologi 2016	48
2	A2 Psikologi 2016	54
3	A3 Psikologi 2016	48
4	A4 Psikologi 2016	39
Jumlah		189

2. Sampel

Mengingat keterbatasan penulis dalam menjangkau keseluruhan populasi, maka penulis hanya meneliti sebagian dari keseluruhan populasi yang dijadikan sebagai subjek peneliti yaitu lebih dikenal dengan nama sampel. Menurut Sugiyono (2014), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Screening (penyaringan) dengan menggunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Melihat fenomena yang terjadi dilapangan.
- b. menyebarkan angket tentang perilaku konsumtif
- c. Setelah melihat hasil dari jawaban mahasiswi dalam mengisi angket, diperoleh 102 orang mahasiswi yang berperilaku konsumtif.

Jumlah Sampel Perilaku Konsumtif

No	Kelas	Jumlah Mahasiswi	Berkelompok
1	A1 Psikologi 2016	17	3
2	A2 Psikologi 2016	28	4
3	A3 Psikologi 2016	35	6
4	A4 Psikologi 2016	22	4
Jumlah		102	17

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini *purposive sampling* adalah responden yang terpilih menjadi anggota sampel atas dasar pertimbangan peneliti sendiri (Darmawan, D. 2013). Tujuannya untuk memberi penegasan sifat-sifat dan ketegasan batasan-batasan dari populasi terhadap subjek yang akan dijadikan sebagai sampel peneliti. Karakteristik yang diambil adalah sebagai berikut :

- a. Berjenis kelamin perempuan stambuk 2016 kelas pagi
- b. bagian dari kelompok klik
- c. Bersifat berlebihan dalam membeli barang seperti baju dan lipstik
- d. Membeli hanya karena keinginan jika barang itu terlihat menarik bukan membeli karena kebutuhan

E. Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah skala pengukuran yaitu kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2014). Penelitian dengan tujuan untuk mengungkapkan kondisi-kondisi dalam diri subjek yang ingin diketahui.

Sugiyono (2014) menyatakan bahwa skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Penggunaan skala dengan alasan berikut :

- a. Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya.
- b. Apa yang dikatakan subjek kepada peneliti adalah benar dan dapat dipercaya'
- c. Pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada subjek sama dengan apa yang dimaksud peneliti

Tipe skala yang digunakan adalah tipe skala langsung yaitu skala yang disampaikan langsung kepada orang yang dimintai informasi tentang dirinya sendiri. Bentuk skala yang digunakan adalah berbentuk pilihan ganda, model skala Likert yaitu responden dimintai untuk memilih salah satu dari empat alternative jawaban.

1. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini bertujuan untuk mengukur perilaku konsumtif pada subjek penelitian. Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek-aspek sebagai berikut: Pembeli Impulsif (pembelian yang didasarkan oleh pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba atau keinginan sesaat tanpa melalui pertimbangan), Pembelian Tidak Rasional (Pembelian yang lebih didasari oleh sifat emosional karena adanya dorongan untuk mengikuti orang lain atau juga berbeda dengan orang lain serta adanya perasaan bangga dan pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi), Pembelian Boros (pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen dan Pembelian yang lebih mengutamakan keinginan dari pada kebutuhan).

Skala ini akan di skor berdasarkan skala likert dengan 4 pilihan jawaban untuk item yang bersifat favourable, nilai 4 diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS), nilai 3 untuk jawaban Setuju (S), nilai 2 diberikan untuk jawaban Tidak Setuju (TS), dan nilai 1 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS). Sebaliknya untuk item yang bersifat unfavourable nilai 1 diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS), nilai 2 untuk jawaban Setuju (S), nilai 3 diberikan untuk jawaban Tidak Setuju (TS), dan nilai 4 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

2. Skala Konformitas

Skala ini bertujuan untuk mengukur konformitas pada subjek penelitian. Skala konformitas disusun berdasarkan aspek-aspek sebagai berikut : Kekompakan (Semakin besar kesetiaan mereka, maka akan semakin kompak kelompok tersebut), Kesepakatan (pendapat yang menjadi acuan kelompok yang

sudah dibuat memiliki tekanan kuat sehingga individu harus loyal dan menyesuaikan pendapatnya dengan pendapat kelompok), Ketaatan (tekanan sosial yang membentuk individu bersedia melakukan perilaku tertentu).

Skala ini akan di skor berdasarkan skala likert dengan 4 pilihan jawaban untuk item yang bersifat favourable nilai 4 diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS), nilai 3 untuk jawaban Setuju (S), nilai 2 diberikan untuk jawaban Tidak Setuju (TS), dan nilai 1 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS). Sebaliknya untuk item yang bersifat unfavourable nilai 1 diberikan untuk jawaban Sangat Setuju (SS), nilai 2 untuk jawaban Setuju (S), nilai 3 diberikan untuk jawaban Tidak Setuju (TS), dan nilai 4 diberikan untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS).

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian selayaknya adalah alat ukur yang baik. Alat ukur yang baik adalah alat ukur yang valid dan reliabilitas. Adapun pengertian valid dan reliable adalah sebagai berikut:

1. Validitas

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur maupun mengukur apa yang ingin diukur (Syofian, 2013). Syofian (2013) juga menyebutkan dalam suatu penelitian baik yang bersifat deskriptif, maupu eksplanatif yang melibatkan variabel/konsep yang tidak bisa diukur secara langsung, masalah validitas sederhana, didalamnya juga menyangkut penjabaran konsep dari tingkat teoritis sampai empirik, namun bagaimana tidak suatu instrumen penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.

Menurut Syofian (2013) ada beberapa kriteria pengujian validitas yaitu :

- a. Jika koefisien korelasi *Product Moment* melebihi 0,3 ($>0,3$)
- b. Jika koefisien korelasi *Product Moment* $>$ r-tabel ($a ; n-2$), $n =$ jumlah sampel
- c. Nilai Sig. $\leq a$

Rumus yang digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik *product moment*, yaitu :

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

2. Reliabilitas

Menurut Syofian (2013) reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Selain itu Syofian (2013) melanjutkan bahwa kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan *reliable* dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabel $> 0,6$.

Syofian (2010) juga menjelaskan tahapan perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *alpha cronbach* yaitu:

1. Menentukan nilai varians setiap butir pertanyaan

$$S_1 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$

2. Menetapkan nilai varians total

$$S_1 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$

3. Menentukan reliabilitas instrumen

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_1}{S_1} \right]$$

Keterangan

- r^{11} : Koefisien reliabilitas instrumen
 $\sum S_1$: Jumlah varians skor tiap-tiap item
 K : Jumlah aitem pertanyaan
 S_1 : Varians skor tiap-tiap item
 $\sum X_1^2$: Jumlah kuadrat aitem X_1
 $(\sum X_1)^2$: Jumlah aitem X_1 di kuadratkan
 n : Jumlah sampel

G. Analisis Data

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *Person Product Moment* yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis hubungan antara satu variabel independen (*Konformitas*) dengan satu variabel dependen (*Perilaku Konsumtif*) yang bersifat interval atau rasio. Untuk menghitung koefisien korelasi *Person Product Moment* digunakan rumus:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan

r_{XY}	: Korelasi X dan Y
$\sum X$: Jumlah skor dalam sebaran x
$\sum Y$: Jumlah skor dalam sebaran y
$\sum XY$: Jumlah hasil kali skor x dengan skor y yang berpasangan
$\sum X^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dari x
$\sum Y^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dari y
n	: Banyaknya subjek skor x dan skor y yang berpasangan
X	: Variabel bebas
Y	: Variabel terikat



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan simpulan dan saran-saran sehubungan dengan hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Pada bagian pertama akan dijabarkan simpulan dari penelitian ini dan pada bagian berikutnya akan dikemukakan saran-saran yang mungkin dapat digunakan bagi para pihak terkait.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan maka hal-hal yang dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil korelasi r *Product Moment* diketahui bahwa terdapat hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa stambuk 2016 Fakultas Psikologi Universitas Medan Area kelas A1,A2, A4 $r_{xy} = 0,595$ dengan $p < 0,05$. Artinya semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya jika semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.
2. Selanjutnya dengan melihat nilai rata-rata diketahui bahwa Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area memiliki perilaku konsumtif dengan nilai rata-rata 94,84 lebih tinggi dibandingkan dengan mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang memiliki konformitas dengan nilai rata-rata 75,15.
3. Kemudian berdasarkan perbandingan kedua nilai rata-rata (Mean Hipotetik dan Mean Empirik), maka dapat dinyatakan bahwa perilaku konsumtif berada pada kategori tinggi, sebab mean hipotiknya (85) lebih kecil dari

pada mean empirik (94,84) dimana selisihnya melebihi nilai SD (5,255) dan konformitas berada pada kategori tinggi, sebab mean hipotetiknya (60) lebih kecil dari mean empirik (75,15), dimana selisihnya lebih dari nilai SD (6,555).

4. Koefisien determinasi konformitas dengan perilaku konsumtif ditunjukkan dengan R Squer sebesar 0,354. Angka 0,354 mengandung arti bahwa dalam penelitian, konformitas memiliki sumbangan efektif sebesar 35,4% terhadap perilaku konsumtif. sisanya sebesar 64,6% dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian.

B. Saran

Berdasarkan dengan simpulan diatas, maka berikut dapat diberikan beberapa saran diantaranya:

1. Bagi Mahasiswa

Diharapkan kepada para mahasiswa subjek penelitian stambuk 2016 ini, agar dapat menurunkan perilaku konsumtif yang tergolong tinggi. Hal ini dapat dilakukan dengan cara mengurangi pembelian atau pemakaian secara berlebihan dan bersikap bijaksana dalam menggunakan uang untuk barang-barang yang tidak dibutuhkan

2. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengadakan penelitian yang sama untuk dapat menambah subjek penelitian, dan

penelitian selanjutnya juga dapat melakukan penelitian berdasarkan faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perilaku konsumtif yaitu faktor eksternal dan faktor internal dan apabila peneliti selanjutnya berkeinginan melakukan penelitian di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area maka dapat menambahkan anak malam dan anak regular.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T. & Tantri, F. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers
- Assuari, A (1987). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali.
- Baron dan Branscombe. (2012). *Social Psychology*. Thirteenth Edition. Pearson Education, Inc.
- Baron, R & Bryne, D. (2005). *Psikologi social jilid 2 (penerjemah : Djuwita, R, dkk)*. Jakarta: Erlangga.
- Crisnawati & Abdullah. (2011). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Pakaian*. *Jurnal Spirits*. Vol. 2. No. 1. Diakses 23 November 2018.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- David, G. (2009). *Psikologi Sosial, Edisi Kedua-Belas*. Jakarta : Kencana Penanda Media Grup
- Fromm, Eric. (2008). *The Sane Society*. British Library Cataloguing in Publication Data.
- Ghifari, A.(2003). *Remaja Korban Mode*. Bandung. Mujahid Press.
- Hurlock, E.B. (1994). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi-5 : Jakarta : PT Erlangga.
- Jessicagumulya.(2012). *Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Diakses pada tanggal 4 Desember 2018
- Kotler, P. (1993). *Manajemen Pemasaran. Jilid I (Edisi ke-6)*. Jakarta: PT Erlangga
- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran edisi 11 jilid 1*. Jakarta: Indeks
- Listiara&Azizah. (2017). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif dalam Pembelian Tas Melalui Online Shop Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) dan Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*. Vol. 4.No. 01. Diakses 23 November 2018
- Monks, dkk. (2004). *Psikologi Perkembangan*, Yogyakarta :Universitas Gaja Mada.

- Myers, David G. (2010). *Social psychology: 9th edition*. New York: McGrawHill
- Prabu, A.M. (1998). *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT Eresco
- Pratama, S, H. (2017). Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Liverpool Pada Anggota Suporter Klub Sepak Bola Liverpool Di Bekasi. *Jurnal Psikologi Vol. 10 No. 2*. Diakses tanggal 23 November 2018.
- Santrock, J.W. (2003). *Adolescence: perkembangan remaja Edisi VI*. Jakarta: Erlangga.
- Sarwono, S.W. (2003). *Psikologi Remaja (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT Raja GrafindoPersada.
- Siswoyo, Dwi. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta :Uny Press
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Fajar Interprtama Mandiri.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan iklan televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, A. (2015). KonsepDiri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Jurnal Psikologi Indonesia. Vol. 4. No. 02*.
- Sutisna (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung : PT : Remaja Rosdakarya
- Suyasa, Y. dan Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Pronesis. Desember Vol.7, No.2 172-199*.
- Yusuf, Syamsu. (2012). *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- <https://www.kompasiana.com/maulanaridone/552a70ce6ea834ad6c552d01/remaja-dan-perilaku-konsumtif>. Diakses 23 November 2018



LAMPIRAN A
SKALA KONFORMITAS

KUISONER

Isilah data-data dibawah ini sesuai dengan keadaan diri Saudari :

Nama/Inisial :

Umur :

Kelas/Stambuk :

Berapa Teman Dekat di Kampus :

Petunjuk Pengisian Skala

Berikut ini saya sajikan pernyataan kedalam dua bentuk skala ukur. Saudari diminta untuk memberikan pendapatnya terhadap pernyataan-pernyataan yang terdapat dalam skala ukur tersebut dengan cara memilih :

SS : Bila merasa **SANGAT SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan

S : Bila merasa **SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan.

TS : Bila merasa **TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan

STS : Bila merasa **SANGAT TIDAK SETUJU** dengan pernyataan yang diajukan

Saudari hanya diperbolehkan memilih satu pilihan jawaban pada setiap pernyataan dengan cara memberikan tanda silang (X) pada lembar jawaban yang tersedia sesuai dengan pilihan masing-masing.

Contoh : Saya tidak tergantung pada teman-teman

SS ~~X~~ TS STS

Tanda silang (X) merupakan seseorang itu merasa SETUJU dengan pernyataan yang diajukan

Konformitas

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya senang apabila bisa menyamakan diri dalam hal penampilan dengan teman-teman				
2	Saya merasa senang jika diperhatikan oleh teman-teman				
3	Saya lebih baik mengalah kepada keputusan teman daripada mempertahankan keinginan dan pendapat saya				
4	Jika keinginan teman-teman saya tidak sesuai dengan saya maka saya tidak mengikutinya				
5	Saya tidak akan menolak apa yang diinginkan teman untuk keutuhan persahabatan dalam kelompok				
6	Saya rela merubah penampilan saya agar dipuji teman-teman				
7	Jika saya tidak nyaman, saya tidak mengikuti teman-teman				
8	Saya rela mengikuti apa yang diinginkan teman-teman				
9	Saya tidak nyaman jika diperhatikan teman-teman				
10	Pada dasarnya saya meragukan keputusan yang diambil teman-teman				
11	Saya tetap mempertahankan keputusan saya				
12	Saya selalu mempercayai teman-teman saya walaupun saya tidak yakin				
13	Saya tidak peduli jika dijauhi oleh teman karena penampilan				
14	Saya tidak suka mencari perhatian dengan teman-teman				
15	Sebenarnya keputusan yang diambil teman-teman berbeda dengan saya				
16	Dengan keadaan saya apa adanya, saya percaya bahwa teman-teman akan menerima saya				
17	Saya tidak bergantung pada teman-teman				
18	Saya berpenampilan sesuai keinginan saya				
19	Saya biasa saja ketika teman-teman menjauhi saya karena keadaan				
20	Yang menurut teman-teman baik belum tentu baik menurut saya				
21	Saya meragukan apakah teman-teman mau menerima saya				
22	Apa yang dilakukan teman-teman saya juga harus melakukannya				
23	Penampilan teman-teman merupakan acuan buat				

	saya				
24	Saya tidak mudah menyakini pendapat teman-teman sekelompok				
25	Saya selalu melakukan hal yang menarik perhatian teman				



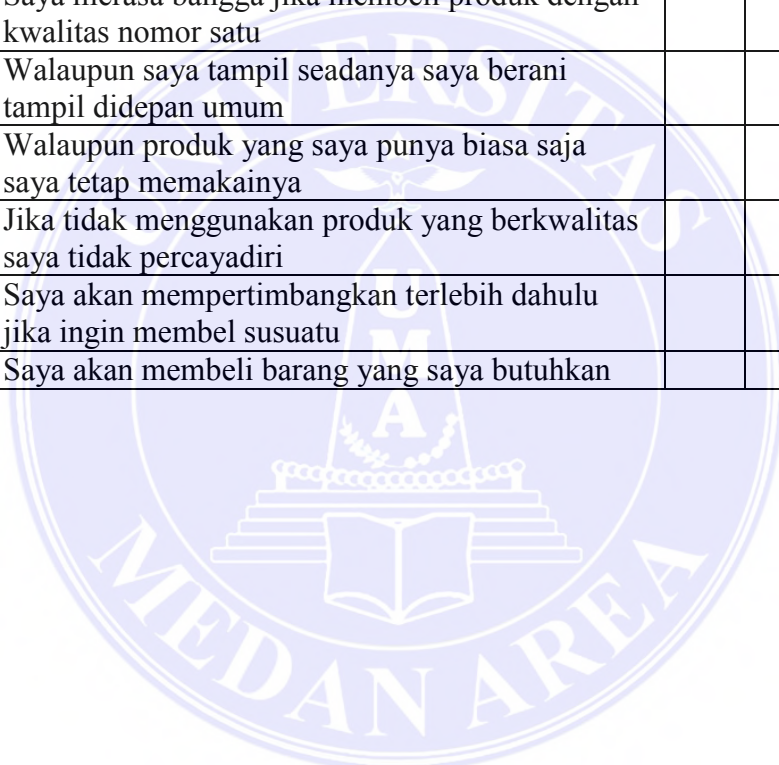


LAMPIRAN B
SKALA PERILAKU KONSUMTIF

Perilaku Konsumtif

NO	PERNYATAAN	PILIHAN JAWABAN			
		SS	S	TS	STS
1	Saya sering membeli barang karena menyukai kemasaan yang menarik dan unik				
2	Saya membeli produk karena suka model nya walaupun sebenarnya saya tidak berniat membelinya				
3	Ketika adaa cara dengan teman saya tidak harus menggunakan pakaian yang baru				
4	Saya membeli lipstick ketika lipstick saya sudah habis				
5	Saya sering membeli produk yang dipajang karena takut kehabisan				
6	Saya dapat menahan diri untuk tidak membeli produk ketika berada ditempat perbelanjaan				
7	Setiap ada acara dengan teman-teman saya harus memakai pakaian baru				
8	Ketika saya melihat lipstick model baru saya langsung membelinya				
9	Saya membeli produk sesuai kebutuhan.				
10	Saya akan membeli barang yang saya suka meski tidak dibutuhkan				
11	Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu barang yang akan saya beli				
12	Jika produk memiliki diskon saya langsung membelinya				
13	Walaupun produk tersebut memiliki gratisan tapi saya lebih mengutamakan alat-alat perkuliahan				
14	Saya membeli barang yang sama walaupun barang yang lama masih bisa dipakai				
15	Saya akan membeli barang yang lagi trend dikalangan remaja walaupun saya tidak membutuhkannya				
16	Dalam berpenampilan saya tidak memperdulikan orang lain				
17	Saya akan membeli barang agar terlihat sama dengan orang lain				
18	Saya rela menghabiskan banyak uang agar saya tampil sama dengan teman				
19	Saya mudah terpengaruh jika teman menawarkan suatu produk dan saya langsung membelinya				
20	Saya tidak pernah merasa iri, jika teman-teman memiliki barang yang bagus				
21	Saya tetap percaya diri walaupun belanja ditempat yang sederhana				

22	Saya sering membeli produk beli 2 gratis 1				
23	Saya sering merasa gengsi kepada teman jika belum belanja ditempat yang mewah				
24	Saya akan menghemat pengeluaran uang untuk barang-barang yang tidak dibutuhkan				
25	Saya bangga ketika memiliki barang baru dan teman saya memperhatikannya				
26	Ketika melihat barang yang saya suka modelnya, saya harus membelinya pada saat itu juga				
27	Lebih baik saya menabung dari pada membeli produk walaupun produk itusedang diskon				
28	Saya akan membeli barang yang lebih bagus dari teman				
29	Saya merasa bangga jika membeli produk dengan kualitas nomor satu				
30	Walaupun saya tampil seadanya saya berani tampil didepan umum				
31	Walaupun produk yang saya punya biasa saja saya tetap memakainya				
32	Jika tidak menggunakan produk yang berkualitas saya tidak percayadiri				
33	Saya akan mempertimbangkan terlebih dahulu jika ingin membel sesuatu				
34	Saya akan membeli barang yang saya butuhkan				





LAMPIRAN C

DATA PENELITIAN

Konformitas																										
No Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	
1	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	
2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3
3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	2	3	3	2	3	
4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	
5	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	
6	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	
7	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	4	
8	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	1	4	4	3	4	2	4	3	3	3	2	3	
9	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	
10	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
11	3	3	3	4	4	3	1	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	
12	4	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	1	3	3	
13	4	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	
14	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	
15	2	3	3	4	1	3	2	2	2	4	3	3	3	3	2	2	1	4	3	2	3	2	2	2	2	
16	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	
17	3	2	1	2	4	1	4	3	3	3	2	3	3	1	1	1	1	3	3	3	2	1	3	3	1	
18	3	3	4	2	3	4	3	4	2	4	3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	
19	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	2	
20	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	
21	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	4	
22	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	1	4	4	3	4	2	4	3	3	3	2	3	
23	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	
24	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2	2	3	2	3	
25	2	3	3	2	1	2	2	2	3	2	4	3	3	2	2	1	3	2	3	2	2	2	3	3	3	
26	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	
27	1	3	3	1	4	1	2	1	3	2	3	3	3	2	2	1	3	1	3	2	2	1	2	3	2	
28	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	
29	3	2	3	3	1	2	2	2	2	3	4	3	2	2	3	1	2	1	2	1	3	2	3	2	2	
30	1	2	3	1	2	1	1	2	1	2	4	3	1	1	4	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	
31	2	3	3	3	2	1	2	2	2	3	3	3	2	4	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	
32	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	
33	2	2	3	3	1	1	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	1	3	
34	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	
35	3	4	2	2	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	1	3	1	3	2	3	2	4	
36	3	3	3	4	3	4	2	3	3	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	
37	3	3	4	2	3	4	3	4	2	4	4	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	
38	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	3	3	2	2	2	2	
39	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	
40	2	3	3	4	1	3	2	2	2	4	3	3	3	3	2	1	4	3	2	3	2	3	2	2	2	
41	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	3	1	4	4	4	3	3	4	3	3	4	
42	2	3	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	3	1	2	2	2	3	3	4	3	2	2	2	2	
43	4	4	2	3	3	2	1	2	3	2	1	3	3	1	2	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
44	3	3	2	1	2	3	3	2	3	2	2	2	2	1	3	1	3	2	1	2	2	1	3	3	1	
45	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	2	3	
46	2	3	3	3	2	3	1	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	
47	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	
48	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	1	4	4	3	4	2	4	3	3	2	3	
49	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	
50	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	
51	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	
52	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	
53	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	
54	3	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	
55	3	4	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	1	2	2	3	4	
56	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	
57	4	4	2	3	3	2	1	2	3	2	1	3	3	1	2	1	1	1	1	2	3	2	4	1	4	
58	2	3	3	1	1	1	1	2	4	2	3	2	2	2	2	1	3	1	1	1	1	1	3	4	1	
59	3	4	3	3	1	3	1	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	4	1	2	2	4	3	1	
60	3	3	3	2	3	1	1	2	2	3	4	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	1	2	2	
61	2	3	2	2	2	1	3	1	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	
62	3	3	3	3	2	3	1	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	2	3	
63	4	4	2	3	3	2	1	2	3	2	1	3	3	1	2	1	1	1	1	2	3	2	4	1	4	
64	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	
65	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	
66	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	
67	3	3	4	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	4	

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, dan Penulisan Karya Ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UMA

Perilaku Konsumtif																																					
No Subjek	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34			
1	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
2	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	1	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	4	
3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	
4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	
5	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	1	3	3	3	3		
6	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	
7	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	1	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	
8	4	4	3	3	4	1	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	
9	3	3	2	2	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	
10	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	
11	3	3	3	1	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	
12	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	4	3	3	2	1	4	4	3	3	
13	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4
14	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	2	4	3	3	2	4
15	4	4	3	2	4	2	4	4	3	4	2	4	2	4	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
16	4	4	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	2	2	2	2	
17	3	2	2	2	3	2	3	3	1	3	3	2	3	1	3	3	3	1	3	3	1	3	3	3	1	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	
18	3	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	1	3	1	1	3	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
19	4	4	4	3	3	2	1	1	4	3	1	2	4	3	2	2	2	2	3	1	1	3	1	1	2	2	2	2	3	4	1	1	3	2	1	1	
20	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	
21	4	4	3	3	4	1	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	
22	3	3	2	2	4	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	
23	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	
24	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	
25	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	2	1	2	1	2	
26	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	2	2	2	2	2	
27	4	4	1	4	3	2	1	3	3	3	4	4	3	2	3	1	1	1	3	3	1	4	1	3	1	4	4	2	4	2	1	3	2	1	3	2	1
28	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
29	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
30	3	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	3	1	1	3	2	2	2	2	1	1	3	2	1	1	1
31	4	4	4	3	3	2	1	1	4	3	1	2	4	3	2	2	2	2	2	3	1	1	3	1	2	2	2	2	3	3	4	1	1	3	2	1	
32	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2
33	4	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	3	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	3	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	
34	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
35	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	2	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3	2	2	3	
36	4	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	4	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	
37	4	4	3	2	4	2	4	4	3	4	2	4	2	4	2	3	4	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
38	4	3	2	3	3	2	2	3	2	4	3	3	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
39	4	3	2	3	4	3	3	3	2	2	1	2	3	3	2	3	2	1	2	3	2	2	1	4	3	3	2	2	4	2	2	4	2	4	2	1	1
40	2	4	1	3	2	1	2	2	3	4	1	2	2	4	4	3	2	2	4	1	1	2	2	3	2	4	1	4	4	3	1	2	3	1	2	3	1
41	3	3	2	4	3	2	3	3	2	3	1	2	3	4	3	3	2	4	3	2	2	4	3	2	3	2	4	3	1	4	4	3	3	4	2	2	
42	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	4	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	
43	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	2	2	4	4	3	3	4	3	2	3	2	3	2	1	3	3	3	3	
44	4	3	3	3	2	2	2	3	3	3	1	3	3	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	2	3	4	1
45	3	3	3	3	4	4	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	4	
46	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	
47	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
48	4	3	2	3	3	3	4	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	
49	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	4	4	2	4	3	2	2	3	3	3	3	4	2	3	1	4	2	3	1	1	1	1	3	3	3	
50	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	1	1	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	2	2	4	4	2	2	2	
51	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
52	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	
53	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3</															



LAMPITAN D
UJI VALIDITAS

Reliability

Sebelum Uji Coba

Scale: Skala Konformitas

Case Processing Summary

	N	%
Valid	35	100.0
Cases Excluded ^a	0	0
Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,913	25

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
kn1	2,89	,832	35
kn2	3,09	,702	35
kn3	3,14	,692	35
kn4	2,83	,747	35
kn5	2,63	,843	35
kn6	2,57	1,092	35

kn7	2,49	,781	35
kn8	2,63	,690	35
kn9	2,89	,718	35
kn10	2,86	,550	35
kn11	3,06	,725	35
kn12	2,86	,601	35
kn13	2,77	,770	35
kn14	2,66	,906	35
kn15	2,80	,719	35
kn16	2,54	1,010	35
kn17	2,66	,725	35
kn18	2,66	,968	35
kn19	2,69	,758	35
kn20	2,51	,742	35
kn21	2,69	,832	35
kn22	2,49	,887	35
kn23	2,69	,718	35
kn24	2,69	,631	35
kn25	2,80	,868	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kn1	65,66	112,173	,773	,905

kn2	65,46	116,079	,656	,908
kn3	65,40	118,188	,520	,910
kn4	65,71	117,681	,509	,910
kn5	65,91	118,081	,420	,912
kn6	65,97	110,264	,655	,907
kn7	66,06	118,703	,422	,912
kn8	65,91	114,904	,751	,906
kn9	65,66	116,408	,617	,908
kn10	65,69	119,751	,535	,910
kn11	65,49	129,610	-,221	,922
kn12	65,69	121,634	,339	,913
kn13	65,77	118,064	,468	,911
kn14	65,89	117,575	,412	,912
kn15	65,74	122,314	,330	,915
kn16	66,00	108,176	,823	,903
kn17	65,89	115,928	,643	,908
kn18	65,89	111,516	,686	,906
kn19	65,86	119,008	,418	,912
kn20	66,03	115,793	,635	,908
kn21	65,86	118,126	,424	,912
kn22	66,06	112,408	,707	,906
kn23	65,86	117,361	,553	,909
kn24	65,86	122,126	,384	,914
kn25	65,74	113,020	,689	,906

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
68,54	126,491	11,247	25

Reliability

Sebelum Uji Coba

Scale: Skala Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

	N	%
Valid	35	100.0
Cases Excluded ^a	0	0
Total	35	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,962	34

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
km1	3,26	,741	35
km2	2,94	,765	35
km3	2,80	,868	35
km4	2,54	,886	35
km5	2,83	,747	35
km6	2,46	,741	35
km7	2,71	,987	35
km8	2,69	,796	35
km9	2,49	,887	35
km10	2,86	,772	35
km11	2,51	1,040	35
km12	2,80	,677	35
km13	2,74	,886	35
km14	2,80	,933	35
km15	2,63	,690	35
km16	2,51	,818	35
km17	2,74	,817	35
km18	2,63	,942	35
km19	2,91	,818	35
km20	2,69	,963	35
km21	2,57	,948	35
km22	3,03	,568	35
km23	2,40	,946	35

km24	2,40	,847	35
km25	2,77	,877	35
km26	2,97	,747	35
km27	2,77	,646	35
km28	2,74	,701	35
km29	3,17	,664	35
km30	2,54	,980	35
km31	2,49	,981	35
km32	2,71	,860	35
km33	2,54	,852	35
km34	2,46	,919	35

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
km1	88,86	347,067	,446	,962
km2	89,17	340,734	,659	,960
km3	89,31	341,398	,554	,961
km4	89,57	339,134	,613	,961
km5	89,29	337,857	,783	,960
km6	89,66	349,408	,360	,962
km7	89,40	332,365	,739	,960
km8	89,43	338,193	,721	,960
km9	89,63	340,887	,557	,961

km10	89,26	335,844	,830	,959
km11	89,60	331,365	,726	,960
km12	89,31	347,339	,480	,961
km13	89,37	339,182	,612	,961
km14	89,31	337,339	,634	,961
km15	89,49	340,139	,759	,960
km16	89,60	340,953	,606	,961
km17	89,37	336,593	,756	,960
km18	89,49	330,787	,825	,959
km19	89,20	336,694	,752	,960
km20	89,43	333,134	,736	,960
km21	89,54	337,726	,611	,961
km22	89,09	353,198	,300	,962
km23	89,71	334,328	,714	,960
km24	89,71	335,092	,778	,960
km25	89,34	347,526	,356	,962
km26	89,14	340,714	,677	,960
km27	89,34	348,291	,466	,961
km28	89,37	343,005	,633	,961
km29	88,94	347,644	,479	,961
km30	89,57	337,252	,603	,961
km31	89,63	336,770	,616	,961
km32	89,40	336,306	,725	,960
km33	89,57	335,840	,748	,960
km34	89,66	331,585	,822	,959

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
92,11	359,928	18,972	34



Reliability

Sesudah Uji Coba

Scale: Skala Konformitas

Case Processing Summary

	N	%
Valid	67	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	67	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
kn1	2,96	,742	67
kn2	3,18	,597	67
kn3	3,10	,694	67
kn4	2,84	,725	67
kn5	2,60	,775	67

kn6	2,65	1,076	67
kn7	2,41	,868	67
kn8	2,66	,725	67
kn9	2,96	,633	67
kn10	2,84	,614	67
kn12	2,79	,659	67
kn13	2,82	,690	67
kn14	2,62	,931	67
kn15	2,81	,675	67
kn16	2,53	,985	67
kn17	2,71	,754	67
kn18	2,74	,924	67
kn19	2,72	,844	67
kn20	2,59	,717	67
kn21	2,74	,857	67
kn22	2,65	,877	67
kn23	2,79	,724	67
kn24	2,69	,697	67
kn25	2,85	,885	67

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kn1	66,19	102,246	,574	,890

kn2	65,97	106,119	,401	,894
kn3	66,04	102,431	,605	,890
kn4	66,31	103,441	,505	,892
kn5	66,54	104,222	,416	,894
kn6	66,50	97,299	,610	,889
kn7	66,74	103,123	,427	,894
kn8	66,49	100,851	,689	,888
kn9	66,19	105,082	,457	,893
kn10	66,31	104,814	,495	,892
kn12	66,35	105,366	,415	,894
kn13	66,32	105,685	,370	,895
kn14	66,53	101,626	,475	,893
kn15	66,34	105,809	,371	,895
kn16	66,62	96,061	,745	,885
kn17	66,44	102,399	,553	,891
kn18	66,41	98,723	,644	,888
kn19	66,43	104,726	,346	,896
kn20	66,56	102,608	,570	,891
kn21	66,41	104,156	,373	,895
kn22	66,50	98,433	,702	,887
kn23	66,35	105,784	,343	,895
kn24	66,46	106,998	,273	,897
kn25	66,29	99,763	,614	,889

mean hipotetik : $(24 \times 1) + (24 \times 4) : 2 = 60$

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
75,15	111,411	6,555	24

Reliability

Sesudah Uji Coba

Scale: Skala Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	67	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	67	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,946	34

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
km1	3,31	,697	67

km2	3,01	,658	67
km3	2,82	,845	67
km4	2,68	,818	67
km5	2,94	,710	67
km6	2,62	,792	67
km7	2,82	,913	67
km8	2,74	,704	67
km9	2,54	,762	67
km10	2,96	,721	67
km11	2,53	1,029	67
km12	2,85	,675	67
km13	2,79	,821	67
km14	2,88	,873	67
km15	2,74	,683	67
km16	2,72	,750	67
km17	2,68	,762	67
km18	2,72	,895	67
km19	2,88	,783	67
km20	2,82	,880	67
km21	2,72	,878	67
km22	3,01	,586	67
km23	2,54	,905	67
km24	2,63	,827	67
km25	2,88	,838	67
km26	2,99	,743	67

km27	2,76	,694	67
km28	2,78	,688	67
km29	3,10	,626	67
km30	2,68	,905	67
km31	2,54	,969	67
km32	2,84	,822	67
km33	2,71	,793	67
km34	2,59	,902	67

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
km1	91,53	254,581	,412	,945
km2	91,82	250,536	,637	,944
km3	92,01	248,612	,559	,944
km4	92,16	249,959	,525	,944
km5	91,90	247,944	,706	,943
km6	92,22	255,607	,315	,946
km7	92,01	244,821	,650	,943
km8	92,10	249,288	,649	,944
km9	92,29	250,897	,528	,944
km10	91,88	247,598	,710	,943
km11	92,31	242,157	,656	,943
km12	91,99	254,492	,431	,945

km13	92,04	250,998	,483	,945
km14	91,96	250,103	,484	,945
km15	92,10	250,541	,612	,944
km16	92,12	250,046	,574	,944
km17	92,16	247,302	,682	,943
km18	92,12	242,374	,755	,942
km19	91,96	248,998	,592	,944
km20	92,01	245,179	,663	,943
km21	92,12	247,240	,587	,944
km22	91,82	256,804	,377	,945
km23	92,29	245,882	,618	,944
km24	92,21	246,017	,676	,943
km25	91,96	254,520	,337	,946
km26	91,85	249,620	,599	,944
km27	92,07	255,054	,392	,945
km28	92,06	251,788	,548	,944
km29	91,74	257,511	,315	,946
km30	92,16	247,093	,573	,944
km31	92,29	246,569	,550	,944
km32	92,00	248,358	,587	,944
km33	92,13	246,505	,687	,943
km34	92,25	9241,981	,764	,942

mean hipotetik : $(34 \times 1) + (34 \times 4) : 2 = 85$

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
94,84	264,227	5,255	34





LAMPIRAN E

UJI ASUMSI

(NORMALITAS & LINEARITAS)

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Konformitas	Perilaku Konsumtif
N		67	67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	75,15	94,84
	Std. Deviation	6,555	5,255
Most Extreme Differences	Absolute	,195	,183
	Positive	,116	,087
	Negative	-,195	-,183
Kolmogorov-Smirnov Z		1,606	1,512
Asymp. Sig. (2-tailed)		,110	,210

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Konsumtif * Konformitas	67	100,0%	0	0,0%	67	100,0%

Report

Konsumtif

Konformitas	Mean	N	Std. Deviation
44	56,00	1	.
48	65,00	1	.
50	55,00	1	.
53	89,00	1	.
54	93,00	2	9,899
55	77,00	1	.
56	75,17	6	9,109
57	89,00	2	5,657
59	96,00	3	24,637
60	84,33	3	18,877
63	98,00	2	22,627
64	97,50	2	17,678
65	96,00	1	.
67	105,00	1	.
68	100,00	1	.
72	91,00	3	30,806
73	104,00	8	10,282
74	100,00	1	.
75	103,00	1	.
76	98,83	6	9,725
77	106,17	6	3,971
78	99,00	4	14,855

80	101,00	2	9,899
82	104,00	6	12,166
84	99,67	2	6,658
Total	94,84	67	16,255

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Konsumtif * Konformitas	(Combined)		9628,887	24	401,204	2,137	,015
	Between Groups	Linearity	6274,354	1	6274,354	33,414	,000
		Deviation from Linearity	3354,533	23	145,849	,777	,739
	Within Groups		8074,333	43	187,775		
	Total		17703,221	67			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Konsumtif * Konformitas	,595	,354	,737	,544

CORRELATIONS

/VARIABLES=Konformitas Konsumtif

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.



LAMPIRAN F

UJI HIPOTESIS

Correlations

Correlations

		Konformitas	Perilaku Konsumtif
Konformitas	Pearson Correlation	1	,595**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	67	67
Konsumtif	Pearson Correlation	,595**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



LAMPIRAN G
SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 812/UMA/B/01.7/III/2019
Lamp. : -
Hal : **Izin Pengambilan Data.**

Medan, 12 Maret 2019.

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
di - M e d a n

Dengan hormat,

Sesuai surat Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi nomor: 886/FPSI/01.10/III/2019 tertanggal 11 Maret 2019, tentang permohonan izin pengambilan data di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area oleh mahasiswi sebagai berikut:

Nama : Nurul Azmi Nasution
No. Pokok Mahasiswa : 15 860 0197
Program Studi : Ilmu Psikologi

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan untuk melaksanakan pengambilan data guna penyusunan skripsi yang berjudul "**Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area**".

Demikian kami sampaikan, atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n. Rektor

Rektor Bidang Administrasi,



Nury Maharani Barus, SH., M.Hum

Tembusan :

1. Mahasiswa Ybs ✓
2. File.





UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 886/FPSP/01.10/III/2019
Lampiran : -
Hal : Pengambilan Data

Medan, 11 Maret 2019

Yth, Ibu Wakil Rektor Bidang Administrasi Universitas Medan Area
Jl. Kolam No.1 Medan Estate

Di
Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Nurul Azmi Nasution
NPM : 15 860 0197
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

Untuk melaksanakan pengambilan data di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Jl. Kolam No. 1 Medan Estate guna penyusunan skripsi yang berjudul "*Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area*".

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan dan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data di Universitas yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasama yang baik diucapkan terima kasih..

Wakil Dekan Bidang Akademik,

Haruh Dalimunthe, S.Psi, M.Si

Tembusan

- Mahasiswa Ybs
- Arsip





UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

SURAT KETERANGAN **Nomor : 1025/UMA/B/01.7/III/2019**

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Nurul Azmi Nasution
No. Pokok Mahasiswa : 15 860 0197
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dengan Judul Skripsi "**Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.**"

Kami harapkan data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Psikologi.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 27 Maret 2019.

an. Rektor
Wakil Rektor Bidang Administrasi,



Dr. Utary Maharani Barus, SH., M.Hum

Tembusan :

1. Dekan Fakultas Psikologi ✓
2. Arsip

