

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA EKONOMI DAN BISNIS
STAMBUK 2018 DI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi

Universitas Medan Area

OLEH :

NADYA RAFIKA SUDARTO

158600339



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

MEDAN

2020

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)1/10/20

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWA EKONOMI STAMBUK 2018
DI UNIVERSITAS MEDAN AREA

NAMA : NADYA RAFIKA SUDARTO

NPM : 158600339

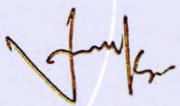
BAGIAN : PSIKOLOGI INDUSTRI DAN ORGANISASI


Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

Pembimbing I

Pembimbing II


(Istiana S.Psi, M.Pd, M.Psi)


(Nafeesa S.Psi, M.Psi)

Ka. Bagian

(Arif Fachrian, S.Psi, M.Psi)

Dekan

(Dr. Hj. Risydah Fadillah, S.Psi., M.Psi., Psikolog)

Tanggal Lulus : 8 Mei 2020

**DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA DAN DITERIMA UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN
DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH DERAJAT SARJANA (S1)
PSIKOLOGI**

Pada Tanggal :

8 Mei 2020

**MENGESAHKAN
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

DEKAN

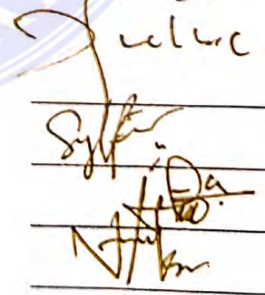


Dr. Hj. Risydah Fadillah, S.Psi., M.Psi., Psikolog)

Dewan Penguji

- 1. Drs. Mulia Siregar, M.Psi**
- 2. Syafrizaldi S.Psi, M.Psi**
- 3. Istiana S.Psi, M.Pd, M.Psi**
- 4. Nafeesa S.Psi, M.Psi**

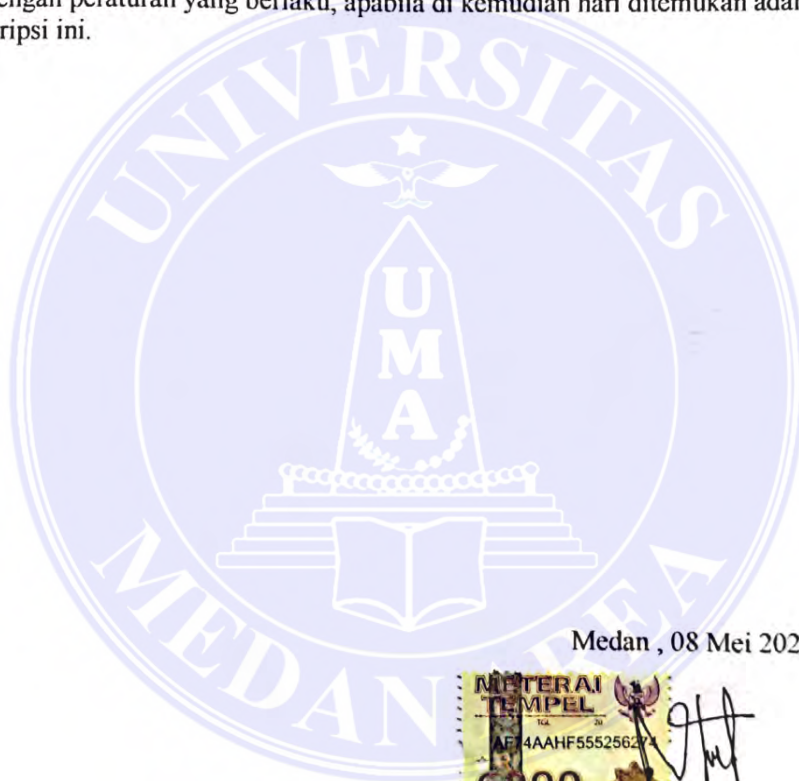
Tanda Tangan



HALAMAN 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 yang, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

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



Medan , 08 Mei 2020



Nadya Rafika Sudarto

(158600339)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nadya Rafika Sudarto
NPM : 158600339
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Ekonomi Stambuk 2018 Di Universitas Medan Area. Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak Menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 08 Mei 2020

Yang Menyatakan



(Nadya Rafika Sudarto)

v

MOTTO

“ BARANG SIAPA BERIMAN KEPADA ALLAH DAN HARI AKHIR, MAKA HENDAKLAH IA BERKATA BAIK ATAU DIAM”
(Nabi Muhammad S.A.W)

“ SUKSES ADALAH GURU YANG BURUK . SUKSES MENGGODA ORANG YANG TEKUN KE DALAM PEMIKIRAN BAHWA MEREKA TIDAK DAPAT GAGAL “
(Bill Gates)

“ BERSERAH BUKAN BERARTI MENYERAH. TETAPI SABAR MENUNGGU HASIL SETELAH MELAKUKAN SEMUA UPAYA TERBAIK”
(Nadya Rafika Sudarto)



PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karya sederhana ini untuk orang-orang yang saya sayangi dan saya cintai terutama kepada kedua orang tua saya , Bapak saya (Sudarto) dan Ibu saya (Azri Astaty) yang terus mendoakan,mendukung,dan menjadi motivasi saya.

Untuk Mas-mas ku (Eko Astomo dan Dipo Satriyo) dan Mbak ku (Nurul Utami) serta kakak dan abg ipar saya serta Keponakan-keponakan saya yang saya sayangi dan tidak pernah bosan dalam memberikan semangat, motivasi, doa , dukungan kepada saya.“
Semoga kita semua diberikan kesehatan,diberkahi umur dan rezeki oleh Allah SWT. Amiiin.

“Terima Kasih Untuk Segalanya”
“Keluarga adalah segalanya”

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Bahwa Saya Yang Bertanda Tangan Di Bawah ini :

Nama : Nadya Rafika Sudarto
Tempat/Tanggal lahir : Medan, 04 februari 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pendidikan : Mahasiswa
Kebangsaan : Indonesia
Alamat : Jl.Setia luhur Gg,Kamboja No.21G Medan

Menerangkan Dengan Sebenarnya :

PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Swasta Ikal Kota Medan, Dari Tahun 2003-2009
2. Tamatan SMP Swasta Kartika 1-2 Medan , Dari Tahun 2009-2012
3. Tamatan SMA NEGERI 4 MEDAN , Dari Tahun 2012-2015
4. Penulis terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area pada tahun 2015 dan telah selesai meraih gelar S1 Psikologi pada tahun 2020

Demikian daftar riwayat hidup saya buat dengan sebenarnya.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah, Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT Karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Tak lupa peneliti mengirimkan salam dan shalawat kepada Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umat islam ke jalan yang di Ridhoi Allah SWT. Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Ekonomi Stambuk 2018 Di Universitas Medan Area”.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa begitu banyak pihak yang telah turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini. Melalui kesempatan ini, dengan segala kerendahan hati, peneliti ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Yayasan H.Agus Salim Universitas Medan Area Tempat Peneliti Menimba Ilmu
2. Prof.Dr. Dadan Ramdan,M.Eng,M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Terima Kasih Kepada Ibu Dr.Hj, Risydah Fadillah, S,Psi,M,Psi,Psikolog selaku Dekan Psikologi Universitas Medan Area.
4. Terima Kasih banyak kepada Ibu Istiana S.Psi.M.Pd,M.Psi selaku dosen pembimbing I , yang ikut bekerja sama dengan sabar membimbing.
5. Terima Kasih banyak kepada Ibu Nafessa S.Psi,M.Psi selaku dosen pembimbing II , yang ikut bekerja sama dan sabar membimbing saya.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 1/10/20

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)1/10/20

6. Terima Kasih Kepada Pak Arif Fachrian S.Psi, M.Psi selaku Kepala Bagian Psikologi Industri dan Organisasi.
7. Terima Kasih kepada Pak Mulia Siregar Selaku Ketua Sidang yang banyak membantu dalam berjalannya sidang.
8. Terima Kasih Kepada Pak Syafrizaldi S.Psi, M.Psi selaku Sekretaris Sidang yang membantu berjalannya sidang.
9. Terima Kasih Banyak kepada Ibu Shirley Melita Sembiring, S.Psi, M.Psi selaku dosen Pembimbing akademik yang telah banyak memberikan waktunya untuk membimbing saya dalam penyusunan KRS.
10. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan baru kepada peneliti, tanpa kalian peneliti bukanlah apa-apa.
11. Untuk seluruh Pegawai tata usaha Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah membantu peneliti dalam pengurusan berkas-berkas skripsi.
12. Kepada seluruh pegawai tata usaha Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area yang telah membantu peneliti dalam mendapatkan data-data mahasiswa.
13. Terima Kasih Sebesar-besarnya Kepada Kedua Orang tua ku SUDARTO dan AZRI ASTATI tercinta yang telah mendoakan, membantu, memotivasi saya untuk tetap sabar dan berjuang untuk menyelesaikan penelitian ini. Semoga suatu hari nanti saya bisa membalas semua perjuangan kedua orang tua saya walaupun tidak akan sama dengan perjuangan yang mereka buat untuk saya. Semua perjuangan, dan doa kalian akan terbalaskan dengan indahnyanya surga Allah SWT. I LOVE YOU MORE PA, MA !!!
14. Terima Kasih kepada Mas-mas ku dan mba ku yang tersayang Eko Astomo, Dipo Satryo dan Nurul Utami yang sudah memotivasi saya dan mendoakan saya serta abang dan

kakak-kakak ipar saya serta keponakan-keponakan saya yang selalu menghibur dikala saya lelah.

15. Terima Kasih kepada Muhammad Fadhli Robby. Seseorang yang telah menemani saya dalam susah, senang, suka sampai menumpahkan air mata untuk melewati masa-masa sulit dalam penyusunan skripsi. Dia merangkap sebagai pacar, teman, saudara, abang, bahkan dia menjadi mentor saya dikala saya down. Saya berdoa semoga semua pengorbanan nya terhadap saya akan dibalaskan oleh Allah SWT dan saya bisa membalaskan semua pengorbanan nya dengan lebih lebih dari yang dia lakukan.
16. Terima Kasih kepada SAHABAT-SAHABAT ku yang paling ku sayangin dan kucintai, Alfi syahrin, Ardhia Cahyani Pane , Cut Putri Mayasari, Dewi Wulandari . Aku berharap KITA akan tetap menjadi KITA sampai kapan pun dan dimana pun. Hidup menye-menye!!!
17. Terima Kasih kepada sahabat-sahabat ku yang selalu nanyain kapan wisuda nya, Ridhatul hayati, Yaseen rabbani, Sari jamiatu, sharadyta , nurmaulia , fairuz mardiyah, Rizky ananda, adji suryapranata dan lain lain . Tanpa kalian aku tidak bakalan buru-buru menyelesaikannya.
18. Terima kasih kepada seluruh Teman-teman dikelas Reg B-2 yang sudah kompak dan solid dalam segala hal.

Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu, semoga Allah membalas semua kebaikan yang pernah kalian lakukan. Semoga kita semua diberikan kebahagiaan dunia dan akhirat. Aamiin.

Medan, 08 Mei 2020

Peneliti

(Nadya Rafika Sudarto)

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI STAMBUK 2018 DI UNIVERSITAS MEDAN AREA

OLEH :

NADYA RAFIKA SUDARTO

158600339

Penelitian ini bertujuan untuk melihat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area stambuk 2018 yang berjumlah 1353 orang. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan dihitung dengan menggunakan rumus Slovin dan yang menjadi sampel penelitian ini berjumlah 93 orang.

Hasil uji validitas pada variabel penelitian konformitas dan perilaku konsumtif diperoleh hasil bahwa terdapat 2 item gugur dari masing-masing variabel. Uji reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* yang menghasilkan hasil uji reliabilitas sebesar 0,771 untuk variabel konformitas dan 0,748 untuk variabel perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil perhitungan *Korelasi Product Moment*, diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan variabel perilaku konsumtif dimana $R_{xy} = 0,893$; $p = 0,000 < 0,050$. Dari hasil korelasi ini, maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, artinya semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada mahasiswa Jurusan Manajemen stambuk 2018 Fakultas Ekonomi di Universitas Medan Area dan hasil perhitungan koefisien determinan (r^2) dari hubungan diatas sebesar $= 0,798$, hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Manajemen stambuk 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area dibentuk oleh variabel konformitas sebesar 79,8%.

Kata Kunci :Konformitas, Perilaku Konsumtif dan Mahasiswa

ABSTRACT

RELATIONSHIP BETWEEN CONFORMITY AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN THE 2018 STAMBUK ECONOMIC FACULTY STUDENT AT MEDAN AREA UNIVERSITY

BY:

NADYA RAFIKA SUDARTO

158600339

This study aims to look at the relationship between conformity and consumptive behavior in the Faculty of Economics Students at Medan Area University. The research approach used is a quantitative approach to the type of correlation research. The population in this study were students of the Faculty of Economics and Business, Department of Management, University of Medan, 2018 stambuk area, totaling 1353 people. To determine the number of samples in this study using a purposive sampling technique and calculated using the Slovin formula and the samples of this study were 93 people.

The results of the validity test on the conformity and consumptive research variables obtained results that there are 2 items fall from each variable. The reliability test uses Cronbach's Alpha which results in a reliability test of 0.771 for the conformity variable and 0.748 for the consumer behavior variable. Based on the calculation of Product Moment Correlation, it is known that there is a significant positive relationship between conformity and consumptive behavior variables where $R_{xy} = 0.893$; $p = 0,000 < 0.050$. From the results of this correlation, it can be stated that the hypothesis proposed in this study is accepted, meaning that the higher the conformity, the higher the consumptive behavior of students in the Management Department of the 2018 whip management at the University of Medan Area and the calculation of the determinant coefficient (r^2) of the relationship above = 0.798, this shows that the consumer behavior of the 2018 whip management department of the Faculty of Economics and Business, University of Medan Area was formed by the conformity variable of 79.8%.

Keywords: Conformity, Consumptive Behavior and Students

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	i
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	7
C. Batasan Masalah.....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Remaja.....	10
1. Pengertian Remaja.....	10
2. Tahapan Perkembangan Remaja.....	12
B. Perilaku Konsumtif.....	13
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	13
2. Aspek Perilaku Konsumtif.....	15
3. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.....	18
C. Konformitas	20
1. Pengertian Konformitas.....	20
2. Aspek-Aspek Konformitas.....	22
3. Faktor Yang Mempengaruhi Konformitas.....	24
D. Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif.....	27
E. Penelitian Terdahulu.....	28
F. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Desain Penelitian.....	30
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	31

C.	Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	31
D.	Subjek Penelitian.....	32
	1. Populasi.....	32
	2. Sampel.....	33
	3. Teknik Penentuan Sampel.....	33
E.	MetodePengumpulan Data.....	33
H.	TeknikAnalisis Data.....	35
	1. Uji Validitas.....	35
	2. Uji Reliabilitas.....	36
	3. Koefisien Korelasi Product Moment.....	37

DAFTAR PUSTAKA



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini teknologi dan zaman mengalami perkembangan yang sangat pesat dibandingkan dengan waktu sebelumnya dan tentunya perkembangan yang terjadi mengakibatkan banyak perubahan dalam kehidupan seseorang. Perkembangan teknologi dan zaman yang begitu pesat tersebut sedikit banyak mempengaruhi kehidupan serta kebutuhan sehari-hari. Dimana perkembangan yang paling mencolok dalam kehidupan sehari-hari yakni terkait pemenuhan kebutuhan masing-masing individu. Perkembangan pemenuhan kebutuhan yang terjadi tersebut membuat banyak perubahan pola pikir dalam kehidupan manusia dan semakin berkembang dari waktu ke waktu. Kemajuan zaman termasuk perkembangan dalam gaya hidup dan selera seseorang menimbulkan perubahan terutama dalam hal kebutuhan sehari-hari.

Pemenuhan kebutuhan seseorang berkaitan erat dengan pola perilaku konsumsi yang saat ini telah bergeser, dari sekedar pemenuhan kebutuhan primer hingga berkembang menjadi pemenuhan kebutuhan sekunder dan tersier dan cenderung bersikap konsumtif dalam membeli barang atau layanan jasa dengan tidak berdasarkan kebutuhan namun hanya sekedar untuk memenuhi hasrat dan keinginannya sesaat saja. Perilaku konsumtif merupakan suatu bentuk perbuatan atau aktivitas konsumsi barang atau jasa yang dilakukan oleh individu dalam kehidupannya sehari-hari. Asry (2006) juga mendeskripsikan perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Pada dasarnya perilaku konsumtif yang

dimiliki oleh seorang individu dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal dari individu tersebut. Faktor internal adalah faktor bawaan yang diwariskan oleh orang tua, sedangkan faktor eksternal dapat berupa pengaruh yang didapatkan dari lingkungan atau teman sepermainannya. Mahasiswa sebagai bagian masyarakat tentu memiliki kebutuhan yang melekat dan harus dipenuhinya, seperti individu-individu lainnya mahasiswa pun membutuhkan pemenuhan kebutuhan dalam kehidupan sehari-harinya. Namun saat ini terjadi perubahan kebutuhan yang dialami oleh mahasiswa mulai dari kebutuhan sekunder seperti pulsa, paket internet atau kendaraan bermotor, hal ini sedikit banyak dipengaruhi oleh pergaulan dan pengaruh lingkungan sekitar mahasiswa tersebut.

Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda/remaja yang mulai memasuki tahap dewasa awalnya. Mahasiswa seharusnya mengisi waktunya dengan menambah pengetahuan, keterampilan, dan keahlian, serta mengisi kegiatan dengan berbagai macam kegiatan positif sehingga akan memiliki orientasi ke masa depan sebagai manusia yang bermanfaat bagi masyarakat dan bangsa, tetapi kehidupan kampus telah membentuk gaya hidup khas di kalangan mahasiswa dan terjadi perubahan budaya sosial yang tinggi yang membuat setiap individu mempertahankan pola yang konsumtif (Gumulya & Widiastuti, 2013). Mahasiswa harusnya memiliki ilmu dan pengetahuan yang luas guna mempersiapkan masa depannya namun saat ini yang terjadi adalah banyak mahasiswa yang berlomba-lomba untuk memamerkan apa yang dimilikinya.

Perilaku konsumtif dipandang sebagai suatu perilaku yang dilakukan tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang pemikiran yang rasional, melainkan karena adanya keinginan dan dorongan dari teman sebayanya untuk mengikuti perilaku yang dilakukannya. Perilaku konsumtif melekat pada seorang individu bila orang tersebut membeli suatu barang atau

jasa yang bukan menjadi kebutuhannya dan pembelian tersebut tidak lagi dilakukan berdasarkan pada faktor kebutuhan tetapi sudah ada faktor keinginan dan dorongan dari lingkungan sekitarnya. Saat ini mahasiswa lebih mementingkan penampilan dan pergaulan yang luas serta memanfaatkan waktu luangnya untuk berkumpul dengan teman sebayanya. Berkaitan dengan perilaku konsumtif, peluang seorang remaja untuk melakukan perilaku konsumtif yang cukup besar. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu pengaruh kelompok atau teman sebaya.

Konformitas tidak hanya sekedar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh bagaimana seseorang tersebut bertindak. Konformitas juga memiliki arti bahwa bertindak dan berpikir secara berbeda dari tindakan dan pikiran yang biasa kita lakukan jika kita sendiri. Konformitas adalah perilaku yang mengikuti suatu kelompok yang didorong oleh keinginan individu itu sendiri, dimana kelompok tersebut tidak memiliki suatu hak yang spesial untuk mengarahkan tingkah laku individu tersebut. Konformitas berarti penyesuaian diri dengan masyarakat dengan cara mengindahkan norma dan nilai masyarakat (Soekanto, 2006).

Menurut Suyasa & Fransisca (2005) salah satu faktor yang mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif adalah konformitas, faktor konformitas juga berperan dalam pembentukan perilaku konsumtif. Menurut Cialdini & Goldstein (Taylor, dkk, 2009), konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain. Perilaku konformitas umumnya terjadi pada remaja, khususnya remaja putri. Hal tersebut disebabkan keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik lebih tinggi dibandingkan dengan remaja putra.

Sering kali perilaku konsumtif yang dilakukan seorang mahasiswa disebabkan oleh pengaruh dan ketertarikan dari iklan dan pengaruh dari teman sebayanya. Hal itu sesuai dengan pendapat Triyaningsih (2011), yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu hadirnya iklan yang menawarkan suatu produk yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan, perilaku konformitas karena keinginan yang kuat pada individu untuk tampil menarik dan tidak berbeda dari kelompoknya serta dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya, gaya hidup merupakan salah satu faktor utama yang munculnya perilaku konsumtif, gaya hidup yang dimaksud adalah gaya hidup yang meniru orang luar negeri yang memakai produk mewah dari luar negeri yang dianggap meningkatkan status sosial seseorang. Mahasiswa merupakan salah satu pangsa pasar terbesar dari produk ataupun layanan jasa. Hal ini disebabkan karena seorang mahasiswa/remaja berada pada tahap sedang mengalami masa peralihan dan masa pencarian identitas diri. Dalam proses pencarian identitas diri, seorang remaja berusaha mencari simbol-simbol yang menunjukkan identitasnya dan eksistensi dirinya.

Hal tersebut membuat seorang remaja melakukan hal apa saja yang menurutnya benar. Dalam fase peralihan dan pencarian identitas diri seorang remaja sangat rentan untuk terpengaruh oleh trend atau produk yang sedang laris di pasaran seperti sepatu, handphone, pakaian dan lain-lain. Remaja tentu memiliki ketertarikan pada penampilan yang dipandang dapat menarik perhatian teman atau lawan jenis dan memperkuat identitas sosial mereka di kelompoknya. Ketertarikan akan penampilan mengakibatkan mahasiswa menjadi lebih konsumtif dan boros guna memenuhi keinginannya tadi.

Pada perkembangan masa remaja, kelompok atau teman sebaya adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dari remaja atau mahasiswa. Tidaklah mudah bagi seorang remaja untuk

mengikatkan diri mereka pada kelompok karena kelompok tentu memiliki tuntutan dan identitas yang harus dapat dipenuhi oleh setiap individu yang ingin bergabung dalam kelompok tersebut. Dinamika yang umumnya terjadi dalam suatu kelompok remaja dalam hal ini mahasiswa sangat rentan akan hal-hal yang dapat mempengaruhinya baik itu perilaku, kebiasaan ataupun gaya hidup. Berkaitan dengan gaya hidup, seorang mahasiswa tentu tidak dapat dipisahkan dengan pergaulan dengan teman sebayanya. Dalam pergaulan sehari-hari, seorang mahasiswa sering kali menghabiskan waktunya di kedai kopi, mall atau café guna berinteraksi dengan teman-temannya dan berbelanja barang-barang yang sebenarnya bukan merupakan barang yang dibutuhkan. Saat menghabiskan waktu dengan bersantai di kedai kopi atau mall tentu membutuhkan uang guna membeli makanan atau minuman yang tersedia di kedai kopi atau cafe tersebut.

Perilaku seorang mahasiswa banyak pula dipengaruhi oleh lingkungan dan teman sepermainannya, seorang mahasiswa diajak oleh teman sepermainannya untuk mengikuti apa yang dikonsumsi atau dibelinya mulai dari merk pakaian, celana, sepatu, makanan/minuman sampai handphone. Seorang individu berupaya memberikan pengaruh dan pandangan yang dianggap benar kepada teman sebayanya selain itu sering pula ditemukan dalam suatu kelompok remaja terjadi upaya untuk mensekukan mengenai produk atau jasa yang diyakini baik oleh anggota kelompok lainnya. Upaya tersebut memberikan pengaruh kepada seorang remaja sehingga remaja tersebut mengikuti perilaku teman sebayanya baik itu gaya berpakaian, merek pakaian hingga warna dan motif pakaian. Hal tersebut didasari oleh keinginan untuk terlihat kompak dan solid dalam kelompok tersebut, hal tersebut menggambarkan dengan jelas bahwa peran dan pengaruh teman sebaya atau kelompok mampu menimbulkan konformitas pada diri seorang remaja.

Permasalahan mengenai hubungan teman sebaya dalam perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Stambuk 2018 di Universitas Medan Area mengakibatkan mahasiswa menjadi lebih hedonis dan gemar menghabiskan uang untuk hal yang tidak prioritas. Gaya hidup yang semakin modern di kalangan mahasiswa mendorong terjadinya perubahan kehidupan sosial mahasiswa. Dengan gaya hidup yang modern dan mengedepankan *fashion style*, penampilan yang sempurna, mengunjungi tempat-tempat hiburan dan terbiasa hidup boros atau cenderung memiliki gaya hidup yang hedonis serta pergaulan dari teman di kampus yang membuat mereka lupa akan tujuan awal yaitu untuk menuntut ilmu. Gaya hidup hedonis yang melanda para mahasiswa merupakan pandangan hidup yang menganggap bahwa kesenangan dan kenikmatan materi adalah tujuan utama dalam hidup, seperti bersenang-senang, menghamburkan uang, membeli barang-barang mewah yang sejatinya tidak dibutuhkan oleh mahasiswa dan pesta karena mereka menganggap hidup hanya sekali dan perlu di nikmati.

Perilaku konsumtif dipandang dapat memberi dampak negatif yaitu terjadinya pemborosan dan gaya hidup yang lebih hedon. Hal ini disebabkan seorang individu selalu merasa adanya tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya akan tetapi kegiatan pembelian tidak ditunjang dengan finansial yang memadai sehingga timbulnya rasa cemas karena keinginannya tidak terpenuhi (Suyasa & Fransiska, 2005). Individu lebih mengedepankan gengsi sehingga akan merasa rendah diri apabila ia tidak bisa membeli apa yang diinginkannya walaupun barang tersebut bukan merupakan prioritas. Sumartono (2002) menyatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Perilaku konsumtif yang umumnya dilakukan oleh para remaja yakni perilaku dalam membeli barang-barang mewah yang sebenarnya tidak dibutuhkan oleh para remaja, kegemaran para

remaja untuk jajan atau makan di cafe yang mahal, para remaja putri keinginan untuk tampil cantik membuat para remaja putri menjadi lebih boros dalam membeli perlengkapan kecantikan kemudian banyak pula remaja yang menghabiskan waktu dan uangnya untuk bermain seperti bermain game online di warnet atau pergi ke mall dengan teman-temannya.

Fenomena perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa sebagian besar di sebabkan oleh pengaruh teman dan lingkungannya. Sama seperti kebanyakan remaja pada umumnya, mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Stambuk 2018 Di Universitas Medan tentu melakukan interaksi dengan teman sebaya ataupun teman satu kelompoknya dan tak jarang dalam pergaulan tersebut terjadi proses mencontoh dan terpengaruh oleh apa yang dilakukan dan digunakan oleh teman sekelompoknya termasuk perilaku konsumtif. Keinginan yang muncul dalam diri seorang mahasiswa untuk dapat diterima dan rasa takut dikucilkan dari lingkungan pertemanan sering kali mendorong mahasiswa berusaha untuk mengikuti perilaku yang dilakukan oleh temannya. Dorongan seperti itu tidak hanya datang dari dalam diri akan tetapi juga datang dari luar diri biasanya datang dalam bentuk tekanan-tekanan dari kelompok pertemanan ataupun tekanan dari teman sebayanya.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul :“Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Komsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Stambuk 2018 Di Universitas Medan Area”.

B. Identifikasi Masalah

Pada latar belakang masalah peneliti telah menjelaskan bahwa remaja merupakan merupakan fase peralihan dan pencarian identitas diri sehingga para remaja sering melakukan hal yang ia anggap benar, salah satunya boros dan memiliki gaya hidup hedonis. Masalah berkaitan

dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa memberi dampak negatif yaitu mahasiswa menjadi lebih boros dan tidak bisa bijak dalam menggunakan uangnya kemudian perilaku konsumtif ini dapat menciptakan gaya hidup hedonis pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Stambuk 2018 Di Universitas Medan Area.

Mahasiswa atau remaja erat kaitannya dengan pergaulan dengan teman sebaya dan selalu ingin memiliki kelompok. Dalam suatu kelompok remaja sering terjadi proses saling mempengaruhi antar remaja tersebut, dalam hal ini pengaruh yang diberikan oleh teman sebaya kepada temannya berkaitan dengan perilaku konsumtif. Dalam suatu kelompok, seorang teman tentu akan memberikan pengaruh kepada temannya yang lain untuk mengikuti gaya atau perilakunya, salah satunya tentang trend dan gaya hidup dari teman sebayanya. Seorang remaja akan menilai dan mencontoh hal tersebut jika ia merasa bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang biasa dimiliki oleh seorang remaja. Sering kali teman memberikan pengaruh negatif dan hal tersebut di contoh oleh seorang individu.

C. Batasan Masalah

Dalam melakukan penelitian ini perlu adanya pembatasan masalah terhadap masalah yang diteliti, hal ini agar menjaga masalah yang diteliti tidak terlepas dari pokok pembahasan yang ditentukan. Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah hanya menjelaskan keterkaitan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Stambuk 2018 Di Universitas Medan Area.

D. Rumusan Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang diatas maka peneliti mengajukan rumusan masalah dalam penelitian ini dinyatakan dalam bentuk pertanyaan yakni “Apakah hubungan antara

konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Stambuk 2018 Di Universitas Medan Area”.

E. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan ingin mengetahui dan menganalisis hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Stambuk 2018 Di Universitas Medan Area.

F. Manfaat Penelitian

Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis.

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memperluas ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Psikologi Industri dan Organisasi yang membahas mengenai konformitas dengan perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada remaja tentang hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan gambaran tentang hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Remaja

1. Pengertian Remaja

Istilah adolescence atau remaja berasal dari bahasa Latin *adolescere* yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa”, dalam perkembangan menuju dewasa (Monks dkk, 2006). Menurut Piaget (dalam Hurlock, 2004) secara psikologis masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa lainnya, dimulai pada saat anak secara seksual menjadi matang dan berakhir sampai ia menjadi matang secara hukum. Sedangkan menurut Monks dkk (2006) remaja adalah individu yang berusia antara 12-21 tahun yang sedang mengalami masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, dengan pembagian 12-15 tahun masa remaja awal, 15-18 tahun masa remaja pertengahan dan 18-21 tahun masa remaja akhir. Masa remaja, secara psikologis, adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak (Hurlock, 2004).

Masa remaja merupakan masa yang tumpang tindih dengan masa pubertas, dimana remaja mengalami ketidakstabilan sebagai dampak dari perubahan-perubahan biologis yang dialaminya (Hurlock, 2004). Remaja usia empat belas tahun seringkali mudah marah, mudah dirangsang dan emosinya cenderung meledak-ledak, serta tidak berusaha untuk mengendalikan perasaannya. Sementara remaja usia enam belas tahun, yang merupakan masa

remaja madya, sudah mulai stabil dalam menghadapi perubahan serta tekanan sosial yang dihadapinya (Monks, dk., 2001).

Kemudian Gessel (dalam Monks, dkk, 2006) menyatakan bahwa masa usia sebelas tahun lebih tegang dibandingkan dengan usia enam belas tahunan, dimana pada usia enam belas ini remaja sudah mulai lebih bebas dari rasa keprihatinan. Usia enam belasan, remaja sudah memasuki tahap berpikir operasional formal, dimana remaja sudah mampu berpikir secara sistematis mengenai hal-hal yang abstrak serta sudah mampu menganalisis secara lebih mendalam mengenai sesuatu hal (Hurlock, 2004). Pada usia awal remaja, remaja masih berada dalam tahap peralihan dimana remaja lebih menunjukkan ketidakstabilannya. Namun, pada remaja usia lima belasan, ketidakstabilan tersebut mulai menurun, sehingga kemampuan berpikirnya sudah lebih matang dibandingkan usia sebelumnya (Sarwono, 2006).

Piaget (dalam Satrock, 2008), menyatakan bahwa tahap operasional formal muncul sekitar usia 11 sampai 15 tahun. Pemikiran operasional formal ini tumbuh pada tahun-tahun remaja madya. Pada usia ini akomodasi terhadap pemikiran operasional formal sudah mulai ditandai adanya pematangan yang lebih lanjut. Pemikiran operasional formal bersifat lebih abstrak dan idealitis, serta lebih berpikir logis. Remaja usia ini mulai berpikir seperti ilmuwan, menyusun rencana pemecahan masalah dan secara sistematis menguji cara-cara pemecahan yang dipikirkannya.

Berdasarkan beberapa teori diatas dapat disimpulkan bahwa remaja adalah individu yang sedang mengalami masa peralihan dan pencarian identitas diri dari masa kanak-kanak ke masa dewasa yang dalam prosesnya terjadi perubahan-perubahan dan perkembangan pada aspek fisik, psikologis dan sosialnya. Rentang usia pada masa remaja tersebut berada pada rentang usia antara 12-21 tahun.

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008) perilaku dapat diartikan sebagai tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan perilaku konsumtif diartikan sebagai bersifat konsumsi (hanya memakai, tidak menghasilkan sendiri) (Depdiknas, 2008). Asry (2006) juga mendeskripsikan perilaku konsumtif sebagai berikut ini : perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Konsumtif juga biasanya digunakan untuk menunjukkan perilaku masyarakat yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan merupakan kebutuhan pokok.

Sumartono (2002) berpendapat bahwa perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lainnya atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut. Sedangkan menurut Scholte, perilaku konsumtif merupakan perilaku manusia memperoleh dengan cepat (dan juga biasanya dengan cepat membuang) berbagai ragam barang yang disediakan untuk pengguna dengan segera, tetapi kepuasannya berlangsung sebentar saja (Wening, 2012).

Konsumsi dalam budaya konsumerisme tidak lagi hanya memenuhi kebutuhan, tetapi telah menjadi gaya hidup global. Menurut ensiklopedi bebas berbahasa Indonesia (Wening, 2012), konsumerisme dipandang sebagai paham atau ideologi yang menjadikan seseorang atau

kelompok melakukan atau menjalankan proses konsumsi atau pemakaian barang-barang hasil produksi secara berlebihan atau tidak sepatutnya secara sadar dan berkelanjutan. Benda-benda konsumen yang bersifat keduniaan dan dibutuhkan sehari-hari kemudian diasosiasikan dengan kemewahan, eksotika, keindahan, dan romansa dengan kegunaan asli dan fungsionalnya yang semakin sulit untuk diuraikan.

Perilaku konsumtif bisa dilakukan oleh siapa saja. Saat ini, individu modern asyik dengan pembiasaan suatu gaya hidup dan kesadaran diri yang tidak hanya ditemukan pada generasi muda dan orang kaya, perilaku konsumtif menegaskan bahwa kita semua memiliki kesempatan untuk mengekspresikan diri berapapun usia serta dari kelas manapun kita (Featherstone, 2012). Lubis (Sumartono, 2002) mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Hempel (dalam Sari, 2009) menggambarkan perilaku konsumtif sebagai adanya ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia. Sedangkan menurut Yayasan Konsumen Indonesia (dalam Sari, 2009) menyatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

Dahlan (dalam Tambunan, 2001) mengatakan bahwa perilaku konsumtif yang ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata. Menurut Swastha dan Handoko (2011) menyatakan bahwa dalam mendeskripsikan perilaku konsumtif maka konsumen tidak dapat lagi membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Dalam perilaku konsumtif terdapat kebutuhan dan keinginan yang

belum terpenuhi atau terpuaskan. Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang hanya sekedar mengikuti arus mode, ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial, tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak.

Berdasarkan beberapa teori diatas tentang perilaku konsumtif dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang mengakibatkan seorang individu tidak dapat berperilaku secara rasional dan cenderung membeli barang dan jasa hanya berdasarkan keinginan semata.

2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina & Rosyid (dalam Pratama, 2018), terdapat tiga aspek perilaku konsumtif, yaitu sebagai berikut:

- a. Pembelian Impulsif (Impulsive buying). Aspek ini menunjukkan bahwa seorang remaja berperilaku membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba / keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
- b. Pemborosan (Wasteful buying). Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.
- c. Mencari kesenangan (Non rational buying). Suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilatarbelakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya lain daripada yang lain dan membuatnya merasa trendy.

Sedangkan menurut Mangkunegara (2002), aspek-aspek perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

- a. Pemilikan produk. Seseorang yang sudah memiliki suatu barang akan cenderung membeli sesuatu yang berkaitan dengan barang yang sudah dimiliki. Hal tersebut mendorong terjadinya perilaku konsumtif.
- b. Perbedaan individu. Perbedaan individu akan berpengaruh pada motif individu dalam melakukan pembelian. Ada individu yang membeli karena kebutuhan. Ada individu yang membeli karena ingin memperoleh kesenangan dari perilaku pembelian tanpa mementingkan kegunaan produk.
- c. Pengaruh pemasaran. Pengaruh pemasaran seperti display toko, iklan, promosi, diskon, dan sebagainya mendorong individu untuk berperilaku konsumtif.
- d. Pencarian informasi. Individu melakukan pembelian berdasarkan informasi yang dimiliki individu terkait suatu produk.

Menurut Sumartono (2002), indikator perilaku konsumtif adalah:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah Individu membeli suatu karena adanya hadiah yang ditawarkan jika membeli barang tersebut.
- b. Membeli produk karena kemasannya menarik Suatu barang yang dikemas dengan rapih dan dihias dengan warnawarna yang menarik membuat individu termotivasi untuk membeli barang tersebut hanya karena kemasannya rapi dan menarik.
- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi Individu membelanjakan uangnya lebih banyak untuk menunjang penampilan diri, karena individu memiliki keinginan membeli yang tinggi untuk selalu terlihat menarik dan berbeda bagi orang lain.

- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya)
Individu cenderung menggunakan segala hal yang dianggap paling mewah untuk menandakan adanya kehidupan yang mewah.
- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status Suatu produk dapat memberikan simbol status sifat eksklusif kepada penggunanya dengan barang yang mahal dan hal tersebut memberikan kesan bahwa individu tersebut berasal dari kelas sosial yang tinggi.
- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankannya
Individu cenderung meniru perilaku tokoh yang diidolakannya dalam bentuk penggunaan segala sesuatu yang digunakan oleh tokoh idolanya, sehingga individu cenderung memakai dan mencoba produk yang dipakai dan diiklankan oleh tokoh idolanya tersebut.
- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi Individu sangat terdorong untuk mencoba suatu produk karena mereka percaya dengan iklan bahwa produk tersebut dapat menumbuhkan rasa percaya diri.
- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda) Individu cenderung menggunakan produk jenis sama dengan merek yang lain dari produk sebelumnya ia gunakan, meskipun produk tersebut belum habis dipakainya.

Perilaku konsumtif dapat dilihat menggunakan dimensi perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Erich Fromm (dalam Wahyuningsih, 2016) yaitu:

- a. Pemenuhan keinginan,
- b. Barang di luar jangkauan,
- c. Barang menjadi tidak produktif, dan
- d. Pertimbangan status.

Berdasarkan beberapa aspek perilaku konsumtif diatas, dalam penelitian ini penulis menggunakan aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (dalam Pratama, 2018), yang menyatakan bahwa terdapat tiga aspek perilaku konsumtif, yaitu Pembelian Impulsif (Impulsive buying), Pemborosan (Wasteful buying) dan Mencari kesenangan (Non rational buying). Aspek tersebut digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif.

3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Komsuntif

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.

b. Konformitas

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

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 Kartu kredit menyediakan fasilitas kredit bagi penggunanya. Sehingga penggunanya dapat menggunakan batas kredit yang ada tanpa takut tidak mempunyai uang ketika berbelanja.

Kemudian menurut Sumartono (2002) munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua hal yaitu :

- a. Faktor Internal, faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri.
- b. Faktor Eksternal, faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial dan referensi serta keluarga.

Perilaku konsumtif tentu saja disebabkan oleh beberapa faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut memberi pengaruh pada perilaku konsumtif seorang individu salah satunya yaitu konformitas. Konformitas membuat seorang individu dalam hal ini remaja memiliki keinginan untuk mencontoh atau mengikuti perilaku dari teman atau lingkungannya.

C. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Konformitas adalah suatu jenis pengaruh [sosial](#) ketika seseorang mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan [norma](#) sosial yang ada. Konformitas adalah perubahan perilaku seseorang sebagai akibat dari tekanan kelompok (Myers, 2012). Konformitas tidak hanya sekedar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh bagaimana seseorang tersebut bertindak. Konformitas juga memiliki arti bahwa bertindak dan berpikir secara berbeda dari tindakan dan pikiran yang biasa kita lakukan jika kita sendiri. Konformitas adalah perilaku yang mengikuti suatu kelompok yang didorong oleh keinginan individu itu sendiri, dimana kelompok tersebut tidak memiliki suatu hak yang spesial untuk mengarahkan tingkah laku individu tersebut. konformitas berarti penyesuaian diri dengan masyarakat dengan cara mengindahkan norma dan nilai masyarakat (Soekanto, 2006).

Sarwono (2006) menjabarkan konformitas sebagai bentuk perilaku sama dengan orang lain yang didorong oleh keinginan sendiri. Adanya konformitas dapat dilihat dari perubahan perilaku atau keyakinan karena adanya tekanan dari kelompok, baik yang sungguh-sungguh ada maupun yang dibayangkan saja. Pengertian lain dari konformitas juga dikemukakan oleh Myers (2012), merupakan suatu perubahan perilaku serta kepercayaan atau belief yang disebabkan oleh adanya tekanan kelompok yang dirasakan secara nyata atau hanya sebagai suatu imajinasi dari individu tersebut.

Sarwono (2009) melakukan tindakan yang sesuai dengan norma sosial dalam psikologi sosial dikenal sebagai konformitas. Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial. (Baron dkk, dalam Sarwono 2009). Baron & Byrne (2005) mendefinisikan konformitas sebagai suatu perubahan sikap dan tingkah dari seorang individu akibat adanya pengaruh sosial agar sesuai dengan norma sosial yang ada. Santrock (2007) menambahkan bahwa konformitas terjadi saat individu mengadopsi sikap dan tingkah laku orang lain karena merasa adanya desakan, ini cenderung sangat kuat selama masa remaja.

Menurut Cialdini & Goldstein (Taylor, dkk, 2009), konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain. Konformitas dapat dikatakan berupa keselarasan, kesesuaian perilaku individu-individu anggota masyarakat dengan harapan-harapan masyarakatnya, sejalan dengan kecenderungan manusia dalam kehidupan berkelompok membentuk norma sosial. Konformitas terhadap tekanan pada teman sebaya pada remaja dapat menjadi positif atau negatif. Bentuk konformitas yang negatif seperti menggunakan bahasa yang kasar, mengolok-olok, dan merusak, sedangkan bentuk konformitas yang positif adalah tingkah laku remaja yang meniru gaya berpakaian teman,

mengikuti kegiatan-kegiatan sosial, dan memiliki perkumpulan untuk melakukan kegiatan-kegiatan positif.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas adalah perilaku yang dimiliki seorang individu bukan berdasarkan keinginan individu itu sendiri melainkan dipengaruhi oleh lingkungan atau kelompok yang ada di sekitarnya.

2. Aspek-Aspek Konformitas

Menurut Rahmat (dalam Prihardani, 2012) aspek-aspek perilaku konformitas, yaitu :

- a. Perilaku, konformitas sebagai perubahan perilaku atau kepercayaan menuju norma kelompok sebagai tekanan kelompok baik yang nyata ataupun yang dibayangkan.
- b. Penampilan, individu yang tidak mau mengikuti apa yang berlaku didalam kelompok akan menanggung resiko mengalami akibat yang tidak menyenangkan.
- c. Pandangan, individu juga mempertanyakan pandangan orang tentang dirinya, sehingga individu harus mempunyai gaya atau ciri khas tersendiri baik dari perilaku, pandangan, maupun penampilan yang dapat diperoleh dari teman-temannya.

Menurut Taylor, dkk (2004) membagi aspek konformitas menjadi lima, yaitu:

- a. Peniruan

Keinginan individu untuk sama dengan orang lain baik secara terbuka atau ada tekanan (nyata atau dibayangkan) menyebabkan konformitas.

- b. Penyesuaian

Keinginan individu untuk dapat diterima orang lain menyebabkan individu bersikap konformitas terhadap orang lain. Individu biasanya melakukan penyesuaian pada norma yang ada pada kelompok.

c. Kepercayaan

Semakin besar keyakinan individu pada informasi yang benar dari orang lain semakin meningkat ketepatan informasi yang memilih conform terhadap orang lain.

d. Kesepakatan

Sesuatu yang sudah menjadi keputusan bersama menjadikan kekuatan sosial yang mampu menimbulkan konformitas.

e. Ketaatan

Respon yang timbul sebagai akibat dari kesetiaan atau ketertundukan individu atas otoritas tertentu, sehingga otoritas dapat membuat orang menjadi conform terhadap hal-hal yang disampaikan.

Menurut Santrock (2008) aspek-aspek konformitas ada dua yaitu penyamaan perilaku dengan perilaku kelompok dan perilaku standar kelompok.

a. Penyamaan perilaku dengan perilaku kelompok, adanya kebutuhan yang besar bagi individu untuk mendapatkan pengakuan dan penerimaan dari kelompok membuat individu akan berusaha untuk tidak berbeda dengan kelompoknya.

b. Perilaku standar kelompok, norma yang berlaku dan informasi yang diperoleh dari kelompok menjadi standar bagi individu untuk berperilaku dalam kelompok. Ada tuntutan yang dirasakan individu dalam kelompok ketika mengetahui informasi dan atau norma yang berasal dari kelompok.

Sears (2004) mengemukakan bahwa konformitas remaja ditandai dengan adanya tiga aspek sebagai berikut :

a. Kekompakan

Kekuatan yang dimiliki kelompok acuan menyebabkan remaja tertarik dan ingin tetap menjadi anggota kelompok. Eratnya hubungan dengan kelompok acuan disebabkan perasaan suka antara anggota kelompok serta harapan memperoleh manfaat dari keanggotaannya.

b. Kesepakatan

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

c. Ketaatan

Tekanan atau tuntutan kelompok acuan pada remaja membuatnya rela melakukan tindakan walaupun remaja tidak menginginkannya. Bila ketaatannya tinggi maka konformitasnya akan tinggi juga.

Berdasarkan beberapa aspek-aspek konformitas diatas, dalam penelitian ini penulis menggunakan aspek konformitas menurut Taylor, dkk (2004) yang membagi aspek konformitas menjadi lima, yaitu Peniruan, Penyesuaian, Kepercayaan, Kesepakatan dan Ketaatan. Kelima aspek tersebut digunakan merupakan ukuran yang digunakan untuk menentukan konformitas.

3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut Sears dkk (2009) menyebutkan ada 4 faktor yang mempengaruhi konformitas, antara lain:

a. Rasa Takut terhadap Celaan Sosial

Alasan utama konformitas yang kedua adalah demi memperoleh persetujuan, atau menghindari celaan kelompok. Misal, salah satu alasan mengapa tidak mengenakan

pakaian bergaya Hawaii ke tempat ibadah adalah karena semua umat yang hadir akan melihat dengan rasa tidak senang.

b. Rasa Takut terhadap Penyimpangan

Rasa takut dipandang sebagai individu yang menyimpang merupakan faktor dasar hampir dalam semua situasi sosial. Setiap individu menduduki suatu posisi dan individu menyadari bahwa posisi itu tidak tepat. Berarti individu telah menyimpang dalam pikirannya sendiri yang membuatnya merasa gelisah dan emosi terkadang menjadi tidak terkontrol. Individu cenderung melakukan suatu hal yang sesuai dengan nilai-nilai kelompok tersebut tanpa memikirkan akibatnya nanti.

c. Kekompakan Kelompok

Kekompakan yang tinggi menimbulkan konformitas yang semakin tinggi. Alasan utamanya adalah bahwa bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok yang lain, akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui dan semakin menyakitkan bila mereka mencela.

d. Keterikatan pada Penilaian Bebas

Keterikatan sebagai kekuatan total yang membuat seseorang mengalami kesulitan untuk melepaskan suatu pendapat. Orang yang secara terbuka dan bersungguh-sungguh terikat suatu penilaian bebas akan lebih enggan menyesuaikan diri terhadap penilaian kelompok yang berlawanan.

Selain itu faktor yang menyebabkan terjadinya konformitas menurut Taylor dkk (2009),

yaitu :

a. Ukuran kelompok

Konformitas akan semakin meningkat apabila ukuran kelompok meningkat. Asch (dalam Sears dkk, 2009) mengatakan bahwa 2 orang akan menghasilkan lebih banyak tekanan ke arah konformitas dibandingkan 1 orang dan 3 orang tekanannya lebih besar daripada 2 orang, sedangkan peningkatan jumlah kelompok setelah 4 orang secara substansial tidak meningkatkan konformitas (Taylor dkk, 2009).

b. Keseragaman kelompok

Seseorang akan berhadapan dengan mayoritas yang kompak dan cenderung untuk ikut menyesuaikan diri dengan mayoritas tersebut. Apabila kelompok tersebut tidak kompak, maka ada penurunan konformitas. Penurunan konformitas yang ekstrim akibat ketidakkompakan tampaknya disebabkan oleh faktor tingkat keyakinan pada kelompok akibat terjadinya perselisihan dan faktor keengganan untuk menonjol (Taylor dkk, 2009).

c. Komitmen kepada kelompok

Komitmen adalah semua kekuatan positif atau negatif yang membuat individu tetap berhubungan atau tetap dalam kelompok. Kekuatan positif yang menarik individu masuk ke dalam kelompok seperti percaya bahwa kelompok memiliki tujuan yang luhur, rasa suka terhadap sesama anggota kelompok, dan mengharapkan keuntungan dari kelompok. Kekuatan negatif membuat seseorang tidak mau meninggalkan kelompok seperti kelompok yang membuat anggotanya rugi. Semakin besar tekanan komitmen terhadap kelompok, semakin besar tekanan ke arah konformitas (Taylor dkk, 2009).

d. Keinginan deindividuasi

Seseorang yang memiliki skor individuasi tinggi jika menunjukkan kesediaan untuk melakukan hal-hal yang berbeda dengan orang lain, namun apabila seseorang memiliki

skor individuasi rendah orang tersebut akan ragu atau enggan melakukan hal-hal yang membuatnya berbeda (Taylor dkk, 2009).

Dalam pergaulan sehari-hari seorang individu dalam hal ini remaja tentu memiliki kelompok atau teman bermain di lingkungannya. Kelompok atau teman bermain ini sering kali berupaya untuk berperilaku dan berpenampilan yang sama satu dengan lainnya. Perilaku konformitas tersebut disebabkan oleh faktor-faktor seperti ukuran kelompok karena semakin kecil kelompok tentu tekanan menjadi lebih besar kemudian keseragaman kelompok karena keseragaman dalam kelompok dipandang dapat memberi gambaran tentang keakraban dan kekompakan yang terjalin dalam kelompok tersebut.

D. Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif

Pada penelitian ini menfokuskan pada konformitas dengan perilaku konsumtif. Santrock (2008) mendefinisikan teman sebaya (peers) adalah anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama yang memiliki peran penting dalam kehidupan remaja. Kelompok teman sebaya adalah suatu sumber dari afeksi, simpati, pemahaman dan panduan moral. Beberapa definisi mengenai konformitas dan juga teman sebaya yang sudah disebutkan oleh para ahli sebelumnya menjadi dasar dalam penelitian ini untuk mendefinisikan konformitas teman sebaya, dimana konformitas teman sebaya yang digunakan dalam penelitian ini adalah suatu kecenderungan dari dalam diri individu untuk melakukan tingkah laku, serta keyakinannya sesuai dengan anak-anak yang memiliki usia atau tingkat kematangan yang kurang lebih sama dalam satu kelompok sosial yang sama. Individu terkadang melakukan konformitas karena merasakan adanya desakan atau pengaruh sosial.

Remaja merupakan fase peralihan dari masa anak-anak menuju masa dewasa (Hurlock, 2004). Lingkungan sekitar dan teman sebaya sedikit banyak memberikan pengaruh kepada seorang remaja dalam berperilaku. Dalam hal ini, peneliti menfokuskan penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Seorang remaja rentan mengikuti dan mencontoh apa saja yang menjadi perilaku dari teman sebayanya salah satunya yaitu perilaku konsumtif. Hal tersebut senada dengan hasil penelitian dari Fitriyani, Widodo dan Fauziah (2013) yang berjudul “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang” yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif.

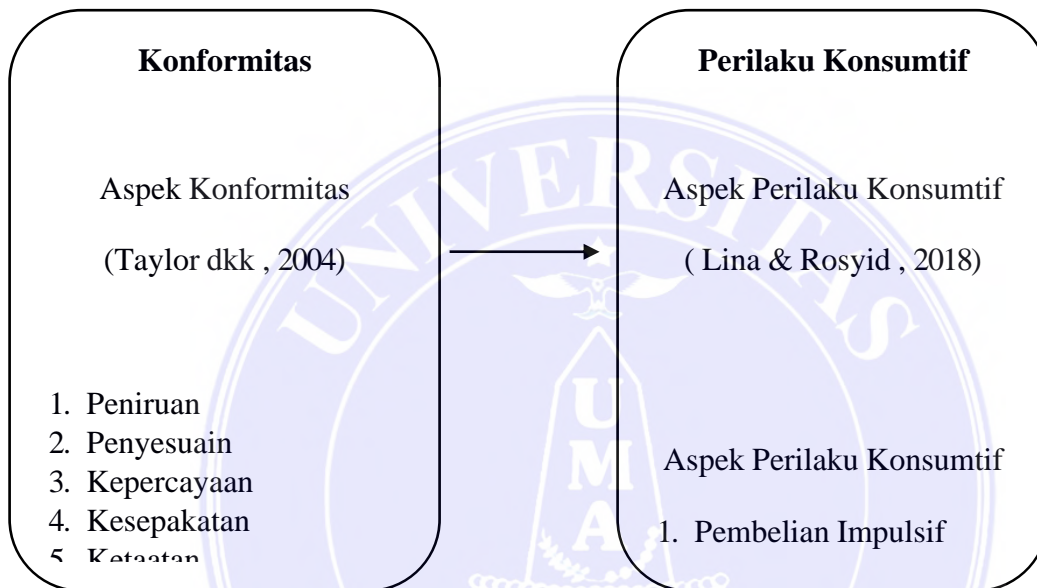
Mahasiswa selalu berusaha untuk menyesuaikan diri dengan teman sebayanya atau teman kelompoknya dengan berperilaku yang sama atau menyerupai karena adanya tekanan dari teman sekelompok atau untuk memperoleh pengakuan dari lingkungan atau teman satu kelompoknya. Perilaku konformitas ini dipandang dapat mempengaruhi perilaku seorang remaja terutama dalam perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian dari Azizah dan Listiara (2017) yang berjudul “Hubungan 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 yang menyatakan bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas, maka semakin tinggi perilaku konsumtif terhadap pembelian tas melalui online shop pada mahasiswi.

Teman akan memberikan referensi atau pandangan mengenai perilaku yang ia lakukan terkait perilaku konsumtif dalam kehidupan sehari-hari dan hal ini akan memberikan efek kepada

teman lain yang berada pada satu kelompok untuk setidaknya memiliki keinginan untuk mencoba untuk membeli barang atau produk yang digunakan oleh teman sebayanya.

E. Kerangka Konseptual

Gambar. 2.1. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dengan asumsi semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif dan semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Desain Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu elemen penting dalam suatu penelitian sebab metode penelitian menyangkut cara yang benar dalam pengumpulan data, analisis data dan pengambilan keputusan hasil penelitian. Bentuk penelitian ini adalah penelitian korelasional dengan analisa data kuantitatif dengan maksud mencari hubungan antara variable independent (X) dengan variable dependen (Y), menurut Sugiyono (2012) penelitian kuantitatif, diartikan sebagai suatu pernyataan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam penelitian (Sugiyono, 2013).

Menurut Azwar (2010) penelitian korelasional bertujuan untuk melihat sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variabel lain. Kemudian Arikunto (2010) penelitian korelasional merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Dalam penelitian ini pendekatannya menggunakan data-data (angka) yang diolah dengan metode statistik. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel konformitas (x) dengan variabel perilaku konsumtif (y) pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Untuk menguji hipotesis penelitian, terlebih dahulu diidentifikasi variabel-variabel yang menjadi pusat perhatian dalam penelitian ini yaitu:

1. Variabel Bebas (x) : Konformitas
2. Variabel Terikat (y) : Perilaku Konsumtif

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Definisi operasional variabel penelitian bertujuan untuk mengarahkan variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian agar sesuai dengan metode pengukuran yang telah disiapkan. Definisi operasional variabel adalah definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti atau menspesifikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Sugiyono, 2007) sedangkan menurut Azwar (2013) definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Adapun definisi operasional untuk menjelaskan variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Konformitas

Konformitas adalah perilaku yang dimiliki seorang individu bukan berdasarkan keinginan individu itu sendiri melainkan dipengaruhi oleh lingkungan atau kelompok yang ada di sekitarnya. Aspek konformitas menurut Taylor dkk (2004) yaitu peniruan, penyesuaian, kepercayaan, kesepakatan dan ketaatan.

2. Perilaku Konsumtif

Keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan diri yang maksimal. Aspek perilaku konsumtif menurut Lina & Rosyid (dalam Pratama, 2018) yaitu pembelian Impulsif

(*Impulsive buying*), pemborosan (*Wasteful buying*) dan mencari kesenangan (*Non rational buying*).

D. Subjek Penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, populasi dan sampel merupakan instrumen penting dalam pelaksanaan penelitian. Populasi dan sampel dipandang sebagai alat untuk memperoleh jawaban dalam suatu penelitian, populasi dan sampel merupakan seseorang yang benar-benar mengetahui suatu persoalan tertentu yang darinya dapat diperoleh informasi yang jelas, akurat terpercaya baik berupa pernyataan, keterangan atau data-data yang dapat membantu dalam memahami persoalan tersebut. Dalam penelitian ini penentuan populasi dan sampel dilakukan dengan kriteria yang dimiliki oleh populasi yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Stambul 2018 Di Universitas Medan Area.

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007) dan yang menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area stambul 2018 yang berjumlah 1353 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (Sugiyono, 2007). Pengambilan sebagian itu dimaksudkan sebagian representatif dari seluruh populasi, sehingga

kesimpulan juga berlaku bagi keseluruhan populasi. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasikan hasil penelitian sampel (Arikunto, 2006). Menentukan jumlah sampel dari suatu populasi dapat menggunakan rumus Slovin (Sugiyono, 2007), seperti berikut ini :

n

n

n

$n = 93,11 = 93$ orang

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen Kelonggaran

Berdasarkan hasil penghitungan sampel diatas diperoleh sampel penelitian sebesar 93 orang mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Medan Area stambuk 2018.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Purposive sampling* yang artinya adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2007).

E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Nazir, 2003). Metode pengumpulan data dalam kegiatan penelitian mempunyai tujuan mengungkap fakta mengenai variabel yang diteliti. Tujuan untuk mengetahui (*goal of knowing*) haruslah dicapai dengan menggunakan metode atau cara-cara yang efisien dan akurat.

(Azwar, 2013). Stimulus berupa pertanyaan dan pertanyaan yang tidak langsung mengungkapkan atribut yang hendak diukur melainkan mengungkapkan indikator perilaku dari atribut yang bersangkutan. Jawaban subjek bersifat proyektif, yaitu berupa proyeksi dari perasaan atau kepribadiannya.

Dalam penelitian ini digunakan dua macam skala sebagai alat ukur, yaitu skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Kedua skala ini menggunakan penilaian modifikasi skala Likert. Dalam menyusun skala ini, format item yang digunakan adalah format respon. Masing-masing item terdiri dari item *Favorable* (mendukung atau memihak pada objek sikap) dan *Unfavorable* (tidak mendukung objek sikap). Sistem penilaian dalam penelitian ini didasarkan pada bentuk skala yang mempunyai lima tingka jawaban yang terdiri dari “Sangat Sesuai” (SS), “Sesuai” (S), “Netral” (N), “Tidak Sesuai” (TS), “Sangat Tidak Sesuai” (STS).

Skala Pengukuran Likert

No	Keterangan	Skala
1	Sangat Sesuai	5
2	Sesuai	4
3	Netral	3
4	Tidak Sesuai	2
5	Sangat Tidak Sesuai	1

Pembuatan skala berfungsi untuk mengukur atribut psikologis. Setelah dilakukan identifikasi alat ukur, maka langkah selanjutnya adalah pembuatan *blue print*. *Blue Print* disajikan dalam bentuk tabel yang memuat uraian komponen-komponen atribut yang harus dibuat itemnya, proposi item, dan memuat indikator perilaku dalam setiap komponen. Dalam item, *blue print* akan memberikan gambaran mengenai isi skala dan menjadi acuan serta pedoman bagi penulis untuk tetap berada dalam lingkungan ukur yang benar (Azwar, 2007).

F. Teknis Analisa Data

Metode analisis data merupakan cara yang digunakan dalam mengolah dan menganalisis data yang diperoleh sehingga dapat dibuat satu kesimpulan. Pada penelitian ini, data penelitian dianalisis secara bertahap dan digunakan analisis statistik langkah awal pengolahan data adalah dengan melakukan analisis deskriptif. Analisis deskriptif dilakukan dengan menggunakan program statistik *SPSS Windows Release 22.0*. Guna menjawab hipotesis yaitu untuk mengetahui adakah hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Analisis juga dilakukan dengan menggunakan program statistik *SPSS Windows 22.0*.

Setiap penelitian diharapkan memperoleh hasil yang benar-benar objektif, yaitu penelitian tersebut dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari masalah yang diteliti. Untuk itu alat ukur yang digunakan harus memiliki validitas dan reliabilitas (Azwar, 2007).

1. Validitas

Setiap penelitian diharapkan memperoleh hasil yang benar-benar objektif, yaitu penelitian tersebut dapat menggambarkan keadaan yang sebenarnya dari masalah yang diteliti. Untuk itu alat ukur yang digunakan harus memiliki validitas dan reliabilitas (Azwar, 2007). Menurut Azwar (2010) validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Oleh karena itu untuk mengetahui validitas suatu alat ukur dapat diperoleh dengan cara mengkorelasikan skor yang diperoleh dari setiap aitem dengan skor total. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik Korelasi *Product Moment* dari Pearson dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Keterangan:

R_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan variabel Y
 Σx : Jumlah skor keseluruhan subjek setiap aitem
 Σy : Jumlah skor keseluruhan aitem pada subjek
 Σxy : Jumlah perkalian antara variabel X dan Y
 N : Jumlah subjek
 Σx^2 : Jumlah kuadrat X
 Σy^2 : Jumlah kuadrat Y

2. Reliabilitas

Azwar (2010) memberikan pengertian reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya secara empiris. Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur dan mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar 2010). Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kali pun diambil, tetap akan yang sama, reliabilitas menunjuk pada tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya, dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan (Arikunto, 2006).

Reliabilitas alat ukur yang akan digunakan dalam penelitian ini akan diuji menggunakan teknik uji reliabilitas yang dikembangkan oleh Cronbach yang disebut dengan teknik *Alpha Cronbach*. Adapun rumus teknik *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$\alpha = 2 [1 -]$$

Keterangan :

α : Koefisien reliabilitas

$S_1^2 + S_2^2$: Varian skor belahan 1 dan varian skor belahan 2

konformitas dengan perilaku konsumtif.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area, maka penelitian menyimpulkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Berdasarkan hasil perhitungan Korelasi *Product Moment*, diketahui bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan variabel perilaku konsumtif dimana $R_{xy} = 0,893$; $p = 0,000 < 0,050$, artinya semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada mahasiswa Jurusan Manajemen stambuk 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area. Maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.
2. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinan dari hubungan diatas sebesar $= 0,798$, hal ini menunjukkan bahwa perilaku konsumtif mahasiswa Jurusan Manajemen stambuk 2018 Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area dibentuk oleh variabel konformitas sebesar 79,8%.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, peneliti merangkum saran yang berkaitan dengan judul penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area, selain itu peneliti juga menyadari bahwa penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian sehingga peneliti merumuskan saran penelitian sebagai berikut:

1. Para orang tua perlu mengawasi pergaulan serta membatasi pengeluaran anaknya agar perilaku konsumtif dapat dibatasi.
2. Para mahasiswa pun diharapkan mampu mengontrol dirinya dan mempergunakan uang saku yang diberikan orang tua dengan baik dan tidak boros menggunakannya.
3. Para mahasiswa juga harus selektif dalam memilih teman dan tidak mudah terpengaruh dengan ajakan dan tawaran yang diberikan temannya.



DAFTAR PUSTAKA

- Arsy, M. 2006. *Kebutuhan atau gaya hidup konsumtif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* .Edisi Revisi VI. Jakarta: Rineka Cipta. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. 2013. *Metode Penelitian* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baron,R. A. & Byrne, D. 2005. *Psikologi sosial (10th ed.)*. Jakarta: Erlangga.
- Damsar. 2011. *Pengantar Sosiologi Pendidikan*. Kencana, Jakarta
- Featherstone, Mike. 2008. *Pos modernis medan Budaya Konsumen*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Gumulya, Jessica dan MariyanaWidiastuti. 2013. *Pengaruh Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul*. Fakultas Psikologi Universitas Esa Unggul. Jakarta.
- Hurlock. Elizabeth. 2004. *Psikologi Perkembangan*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka.
- Izzaty, Rita Eka. Dkk. 2008. *Perkembangan Peserta Didik*. Yogyakarta: UNY Press.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- Mangkunegara. Anwar Prabu. 2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, PT. Remaja. Rosda Karya, Bandung.

Monks, dkk. 2001. Psikologi Perkembangan: Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya. Cet. 14.: Yogyakarta: Gajah Mada University Press. 2006. Psikologi Perkembangan: Pengantar dalam Berbagai Bagiannya. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.

Moch.Nazir. 2003, Metode Penelitian, Salemba Empat, Jakarta.

Myers G, David, 2012, Psikologi Sosial, Jakarta : Penerbit Salemba Humanika.

Pratama. Henky S.2018. Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Liverpool Pada Anggota Suporter Klub Sepakbola di Bekasi. Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma. Jawa Barat.

Prihardani, Indar. 2012. Hubungan Antara Konformitas Geng Dengan Kenakalan Remaja. Skripsi Thesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Santrock, John W. Adolescence. 2003. Perkembangan Remaja. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.

Santrock, J.W. 2007. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Kencana.

Santrock. John W. 2008. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Prenada Media Group.

Sari, Tiurma Yustisi. 2009. Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body. Image Pada Reamja Puteri. Jurnal Psiko/ogi. Universitas Sumatera Utara.

Sarwono, S.W. 2006. Psikologi Remaja. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Sears, dkk, 2009. Psikologisosial (5th edition). Jakarta: Erlangga.

Sekaran, Uma. 2009. *Research Methods for Business Fourth Edition*. New York: John Wiley and Sons, Inc.

Soekanto, Soerjono. 2006. Sosiologi suatu Pengantar. Jakarta: P.T.Raja. Grafindo.

Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Administrasi*, Bandung :Alfabeta. 2007. “Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D”. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta.

Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan*. Bandung: Alfabeta.

Suyasa,P&Fransisca. 2005. Perbandingan Perilaku Konsumtif Berdasarkan Metode Pembayaran. *Phronesis*, Vol.7, No.2, 172-198.

Swastha. Basudan Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran- Analisis Perilaku. Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.

Taylor, S. E., dkk. 2004. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group

Taylor, S. E., dkk. 2009. *Psikologi Sosial*, edisi kedua belas. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Wahyuningsih. Retno. Lawe-Lawe dan Pola Perilaku Konsumtif (Studi Deskriptif pada Ibu Rumah Tangga di Desa Sidogede, Kecamatan Prembun, Kabupaten Kebumen). *Pendidikan Sosiologi*. Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

Wening, Sri. 2012. *Pembentukan Karakter Bangsa Melalui Pendidikan Nilai*. Vol. 2.No. 1. Februari. 54-66.



LAMPIRAN-A

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)1/10/20

Reliability

Notes

Output Created	21-JAN-2020 20:44:50	
Comments		
Input	Data	D:\file acer\data konformitas.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	93
	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax	RELIABILITY	
	/VARIABLES=x1 x2 x3 x4 x5 x6 x7 x8 x9 x10 x11 x12 x13 x14 x15 x16 x17 x18 x19 x20	
	/SCALE('ALL VARIABLES') ALL	
	/MODEL=ALPHA	
	/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE	
	/SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,01

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	93	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	93	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	20

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1	3,7957	1,03797	93
x2	4,0108	,81420	93
x3	2,6022	1,16227	93
x4	3,7204	1,21910	93
x5	4,0323	,65028	93
x6	3,9140	,85537	93
x7	4,0645	,71940	93
x8	3,9785	1,09325	93
x9	4,1183	,76399	93
x10	3,4516	1,12787	93
x11	4,0215	,87201	93
x12	4,0968	,75274	93

x13	4,0645	,67254	93
x14	4,0000	,72232	93
x15	4,0753	,91172	93
x16	2,7849	1,18734	93
x17	2,8495	1,29335	93
x18	3,8280	1,09964	93
x19	4,0968	,53293	93
x20	4,0860	,58339	93

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	71,7957	60,143	,222	,770
x2	71,5806	62,507	,126	,774
x3	72,9892	55,815	,439	,753
x4	71,8710	54,831	,469	,750
x5	71,5591	61,684	,262	,766
x6	71,6774	59,830	,319	,762
x7	71,5269	63,795	,041	,777
x8	71,6129	53,827	,609	,739
x9	71,4731	61,709	,208	,769
x10	72,1398	53,991	,575	,741

x11	71,5699	60,574	,254	,766
x12	71,4946	60,818	,290	,764
x13	71,5269	61,165	,301	,764
x14	71,5914	61,505	,244	,767
x15	71,5161	55,579	,616	,742
x16	72,8065	60,093	,178	,776
x17	72,7419	57,367	,293	,767
x18	71,7634	55,378	,501	,748
x19	71,4946	62,231	,270	,766
x20	71,5054	60,687	,414	,760

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
75,5914	64,788	8,04908	20

DATASET ACTIVATE DataSet2.

CORRELATIONS

/VARIABLES=y1 y2 y3 y4 y5 y6 y7 y8 y9 y10 y11 y12 y13 y14 skor_total

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)1/10/20



LAMPIRAN-B

UJI NORMALITAS VARIABEL PENELITIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)1/10/20

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	50,2366	6,78777	93
X	75,5914	8,04908	93

Correlations

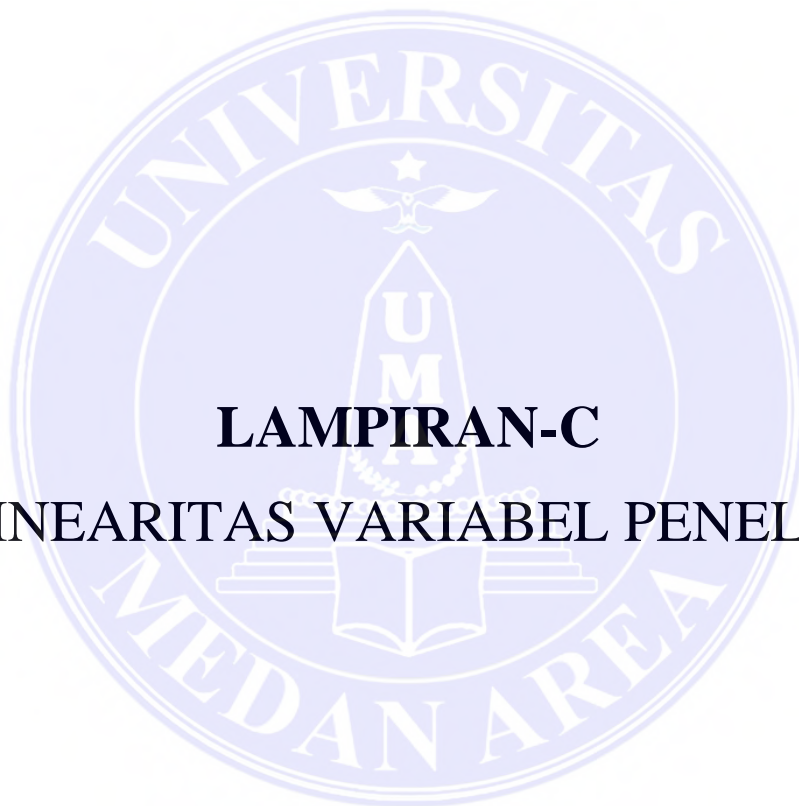
		y	x
Pearson Correlation	y	1,000	,893
	x	,893	1,000
Sig. (1-tailed)	y	.	,000
	x	,000	.
N	y	93	93
	x	93	93

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.



LAMPIRAN-C

UJI LINEARITAS VARIABEL PENELITIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)1/10/20

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics		
					R Square Change	F Change	df1
1	,893 ^a	,798	,795	3,07063	,798	358,559	1

Model Summary^b

Model	Change Statistics	
	df2	Sig. F Change
1	91	,000

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3380,776	1	3380,776	358,559	,000 ^b
	Residual	858,020	91	9,429		
	Total	4238,796	92			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x



LAMPIRAN-D

UJI KORELASI VARIABEL PENELITIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)1/10/20

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	50,2366	6,78777	93
X	75,5914	8,04908	93

Correlations

		y	x
Pearson Correlation	y	1,000	,893
	x	,893	1,000
Sig. (1-tailed)	y	.	,000
	x	,000	.
N	y	93	93
	x	93	93



LAMPIRAN-E
ALAT UKUR PENELITIAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)1/10/20

SKALA KONFORMITAS

ASPEK	INDIKATOR	PERNYATAAN	
		FAVORABLE	UNFAVORABLE
Peniruan	Menerima ajakan kelompok	Saya selalu ikut setiap diajak pergi ke cafe atau mall oleh teman	Saya tidak akan pergi ke cafe atau mall dengan teman jika sedang ada tugas kuliah walaupun teman-teman memaksa
	Mengikuti ciri yang ada dalam kelompok	Saya mengikuti kebiasaan-kebiasaan yang ada dalam kelompok	Saya hanya mengikuti kebiasaan yang ada pada kelompok yang menurut saya benar
Penyesuain	Penyesuaian diri dengan kelompok	Saya mampu menyesuaikan diri dengan teman satu kelompok	Saya merasa tidak nyaman bergaul dengan teman satu kelompok
	Memperhatikan ciri dalam kelompok	Saya selalu berusaha untuk menyeragamkan penampilan dengan teman satu kelompok	Saya menganggap penampilan teman satu kelompok bukanlah hal yang harus diikuti
Kepercayaan	Kesetiakawanan	Saya berusaha untuk tetap bersama-sama dengan teman-teman satu kelompok	Saya berani mengungkapkan pendapat yang berbeda dengan pendapat teman-teman saya
	Percaya pada kemampuan anggota kelompok	Saya sering meminta pendapat teman satu kelompok saat menghadapi masalah	Saya merasa dapat menyelesaikan masalah yang saya hadapi tanpa bantuan teman-teman
Kesepakatan	Kesamaan pandangan	Saya selalu setuju	Saya sering berdebat

		dengan pendapat yang muncul dari teman satu kelompok	dengan teman satu kelompok
	Mengikuti peraturan yang ada dalam kelompok	Saya selalu melakukan setiap hal yang dilakukan oleh teman	Saya berani menolak apabila teman mengajak melakukan hal-hal yang tidak saya inginkan
Ketaatan	Menghindari perbedaan dalam kelompok	Saya selalu menghindari konflik dengan teman satu kelompok	Saya hanya akan mengikuti saran dan masukan dari kelompok yang menurut saya itu benar
	Tekanan dari teman kelompok	Saya mengikuti sikap dan perilaku teman satu kelompok agar saya tidak dijauhi oleh teman-teman	Saya berani dimusuhi oleh teman satu kelompok apabila tidak sesuai dengan keinginan anggota kelompok
Jumlah		10	10

SKALA PERILAKU KONSUMTIF

ASPEK	INDIKATOR	PERNYATAAN	
		FAVORABLE	UNFAVORABLE
Pembelian Impulsif	Keinginan sesaat	Saya membeli produk untuk mendapatkan voucher potongan harga.	Saya hanya membeli barang yang saya butuhkan
	Membeli barang secara spontan	Saat melihat suatu barang yang bagus, saya langsung membelinya	Sebelum membeli suatu barang, saya selalu mempertimbangkannya terlebih dahulu
Pemborosan	Mengikuti tren/mode	Saya membeli produk yang sedang trend agar dianggap mengikuti perkembangan	Barang yang saya beli sesuai dengan kemampuan keuangan yang saya miliki
	Pembelian tanpa pertimbangan	Saya membeli produk yang baru meskipun yang lama masih bisa digunakan	Saya tidak akan membeli barang yang baru jika barang yang lama masih bisa digunakan
	Membeli barang karena merek	Saat membeli suatu barang, saya lebih mementingkan merek dibanding kualitasnya	Saya selalu membeli suatu barang berdasarkan kualitasnya
Mencari kesenangan	Pembelian yang karena kepuasan dan gengsi	Saya senang membeli barang original/asli	Saya sering membeli barang tiruan/palsu asal berguna bagi saya

	Memperoleh pengakuan sosial	Saya membeli produk-produk mahal agar dipuji oleh teman-teman	Saya membelanjakan uang secara hemat
	Jumlah	7	7





UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 1/10/20

Access From (repository.uma.ac.id)1/10/20