

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA
DI SMA TAMAN SISWA
BAHJAMBI**

SKRIPSI

OLEH

**ADINDA DHITA SYAH PUTRI
17.860.0151**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/9/24

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

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA
DI SMA TAMAN SISWA
BAHJAMBI**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

Oleh:

**ADINDA DHITA SYAH PUTRI
17.860.0151**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang


Document Accepted 10/9/24

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


HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMA Taman Siswa Bahjambi
Nama : Adinda Dhita Syah Putri
NPM : 178600151
Fakultas : Psikologi

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Laili Alfita S.Psi., MM., M.Psi., Psikolog
Pembimbing


Dr. Siti Aisyah, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Dekan


Faadhil, S.Psi., M.Psi., Psikolog
Ketua Program Studi Psikologi

Tanggal Lulus : 29 Juli 2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

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 di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 29 juli 2024

Materai



Adinda Dhita Syah Putri
17.860.0151

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Adinda Dhita Syah Putri
Npm : 178600151
Program Studi : Psikologi Perkembangan
Fakultas : Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

demikian 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 Remaja di SMA Taman Siswa Bahjambi.**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Merupakan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media /formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan 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 , 29 Juli 2024
Yang Menyatakan



(Adinda Dhita Syah Putri)

ABSTRAK

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI SMA TAMAN SISWA BAHJAMBI

Oleh:

Adinda Dhita Syah Putri

17 860 0151

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Taman Siswa Bahjambi. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Teknik Pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Sampel sebanyak 74 orang. Teknik analisis menggunakan teknik korelasi *pearson product moment*. Hasil analisis data menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Taman Siswa Bahjambi, yang dilihat dari koefisien korelasi $r_{xy} = 0,573$ dengan $P \text{ linierity} = 0.000 < 0,05$ yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05. Sehingga hipotesis yang diajukan diterima. Hal ini dibuktikan dengan temuan hasil perhitungan analisis korelasi produk sebesar 0,573 dengan signifikan $p = 0,000 < 0.010$. Kemudian pada hasil perhitunga Koefesien Determinan dari kedua variable adalah 45,2 % dan 54,8% faktor lain seperti (materialisme, harga diri, kontrol diri) dan faktor eksternal seperti (jenis produk, pemasaran, ekonomi). Hasil mean hipotetik dari konsumtif 55 dan konformitas 95 sedangkan hasil mean empirik variabel konformitas sebesar 121,97 dan untuk variabel Konsumtif sebesar 67,47. Berdasarkan penelitian tersebut maka dinyatakan bahwa hasil diterima.

Kata Kunci: Konformitas, Konsumtif, Remaja

ABSTRACT

THE CORRELATION BETWEEN CONFORMITY AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN ADOLESCENTS AT HIGH SCHOOL TAMAN SISWA BAHJAMBI

BY:
ADINDA DHITA SYAH PUTRI
17 860 0151

This study aimed to determine the correlation between conformity and consumptive behavior in adolescents at Taman Siswa Bahjambi High School. The research method used correlational quantitative approach. Sampling technique using purposive sampling. The sample was 74 people. The analysis technique used Pearson product moment correlation technique. The results of data analysis showed that there was a significant positive relationship between conformity and consumptive behavior in adolescents at Taman Siswa Bahjambi High School, which was seen from the correlation coefficient $r_{xy} = 0.573$ with P linearity = $0.000 < 0.05$ which indicates a significance value smaller than 0.05. So the proposed hypothesis was accepted. This was evidenced by the findings of the calculation of the product correlation analysis of 0.573 with a significant $p = 0.000 < 0.010$. Then in the results of calculating the Determinant Coefficient of the two variables was 45.2% and 54.8% of other factors such as (materialism, self-esteem, self-control) and external factors such as (type of product, marketing, economy). The hypothetical mean results of consumptive 55 and conformity 95 while the empirical mean results of the conformity variable were 121.97 and for the Consumptive variable of 67.47. Based on this research, it is stated that the results are accepted.

Keywords: *Conformity, Consumptive, Adolescents*



RIWAYAT HIDUP

Penulis bernama Adinda Dhita Syah Putri lahir di Bahjambi pada tanggal 24 Mei 1999 merupakan anak kedua dari tiga bersaudara. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak Ir.Abdi Syah Putra, Mba. dan Ibu Yusriani.

Mengawali pendidikan formal di Sekolah Sekolah Dasar SD Swasta Eria (2005-2011) lalu melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP Al-Azhar Medan (2011-2014) dan melanjutkan pendidikan SMA di SMA Al-Azhar Medan(2014-2017).Selain bersekolah di SMA Al-azhar Medan Penulis juga mengikuti organisasi sekolah (OSIS) Sebagai Ketua bidang Acara.

Tahun 2017 penulis lulus dari SMA Al-Azhar Medan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Demikian daftar riwayat ini penulis buat dengan sebenarnya

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas berkat dan anugerah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian dengan judul “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMA Taman Siswa Bahjambi”.

Terima kasih kepada Ibu Laili Alfita S.Psi.,MM.,M.Psi,Psikolog selaku Dosen Pembimbing,Ibu Nurmaida Irawan,S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku Ketua,Ibu Endang Haryati S.Psi, M.Psi,Psikolog Selaku Penguji dan Ibu Dinda Permatasari Harahap S.Psi, M.Psi.,Psikolog selaku Sekertaris.Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar- besarnya karena telah bersedia hadir dan memberikan saran dan masukan-masukan kepada penulis.Kepada pihak Sekolah yang telah memberikan saya izin untuk melakukan penelitian disana.Seluruh keluarga saya Papa Ir.Abdy Syah Putra Mba,Mama Yusriani,kakak dr.Innanda Ayu Syah Putri,Adik Ananda Dipo Aryo Syah Putra yang selalu memberikan dukungan serta perhatian kepada penulis dan Teman diskusi saya Tasya Annisa, S.S, Khairisa Yusibila Hani dan Ahmad Muhana Ali yang selalu memberikan masukan dan selalu siap membantu dalam hal apapun disaat saya membutuhkan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata dengan segala bentuk kekurangan dan kesalahan, penulis mengucapkan terima kasih semoga usulan penelitian ini dapat berguna bagi kita semua.

Hormat Saya



Adinda Dhita Syah Putri

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Hipotesis	7
1.5. Manfaat Penelitian	7
1.5.1. Manfaat Teoritis	8
1.5.2. Manfaat Praktis	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Perilaku Konsumtif	9
2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif	9
2.1.2. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	13
2.1.3. Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif	15
2.1.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	16
2.2. Konformitas	17
2.2.1. Pengertian Konformitas	17
2.2.2. Aspek-Aspek Konformitas	20
2.2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konformitas	23
2.3. Pengertian Remaja	26
2.4. Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif	27
2.5. Kerangka Konseptual	31
III. METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	32
3.1.1. Waktu Penelitian	32
3.1.2. Tempat Penelitian	32
3.2. Bahan dan Alat	33
3.2.1. Bahan	33
3.2.2. Alat	33
3.3. Metodologi Penelitian	34
3.3.1. Tipe Penelitian	34
3.3.2. Identifikasi Variabel Penelitian	34
3.3.3. Definisi Operasional Variabel Penelitian	34
3.3.3.1. Perilaku Konsumtif	34

3.3.3.2. Konformitas	35
3.4. Subjek Penelitian	35
3.4.1. Populasi	35
3.4.2. Teknik Pengambilan Sampel	35
3.4.3. Sampel	36
3.5. Metode Pengumpulan Data	36
3.6. Prosedur Kerja	37
3.6.1. Persiapan Administrasi	37
3.6.2. Persiapan Alat Ukur	38
3.6.3. Uji Validitas	38
3.6.4. Reabilitas Alat Ukur	39
3.6.5. Analisis Data	41
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1. Hasil	43
4.1.1. Hasil Validitas	43
4.1.1.1. Hasil Uji Konformitas	44
4.1.1.2. Hasil Uji Konsumtif	44
4.1.2. Uji Reabilitas	45
4.2. Uji Normalitas	46
4.3. Uji Linearitas	47
4.4. Uji Hipotesis	48
4.5. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik	49
4.5.1. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik	49
4.5.2. Hasil Perhitungan Mean Empirik	49
4.5.3. Kurva Kriteria Variabel	50
4.5.3.1. konsumtif	50
4.5.3.2. Konformitas	50
4.6. Pembahasan	51
V. SIMPULAN DAN SARAN	54
5.1. Simpulan	54
5.2. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Waktu Penelitian	32
Tabel 3.2 populasi	35
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Likert	37
Tabel 3.4 Interpretasi koefisien reliabilitas menurut Guiford	40
Tabel 4.1 Hasil Validasi Skala Konformitas	44
Tabel 4.2 Hasil Validasi Skala Konsumtif	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Reabilitas	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Normalitas	46
Tabel 4.5 Hasil Uji Linearitas	47
Tabel 4.6 Hasil Perhitngan Korelasi Product Moment Koefisien Determinan	48
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik Variabel	49



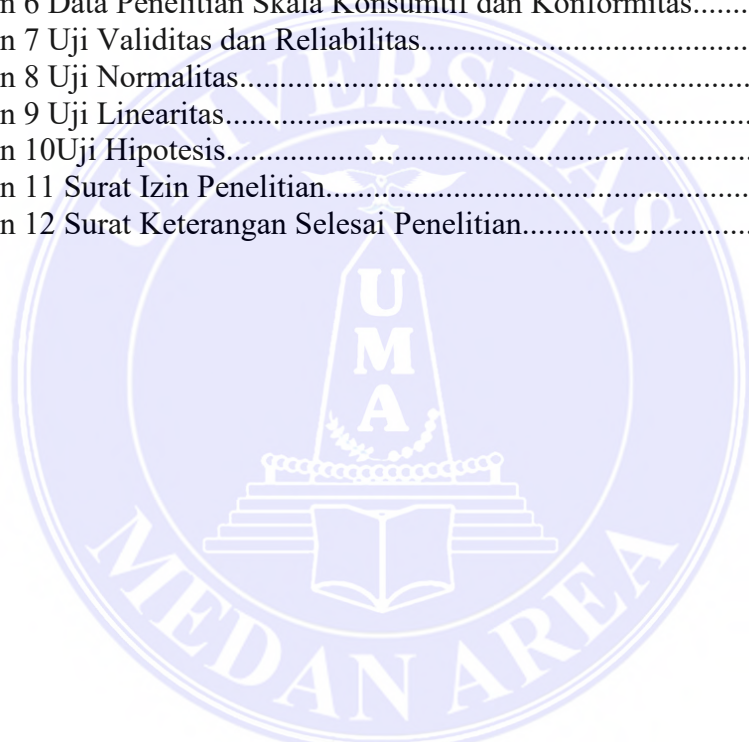
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1. Kurva Konsumtif	50
Gambar 4.2. Kurva Konformitas	50



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Blue Print Skrinning Konsumtif.....	61
Lampiran 2 Blue Print Skala Konformitas.....	62
Lampiran 3 Blue Print Skala Konsumtif.....	63
Lampiran 4 Item Skrinning.....	65
Lampiran 5 Alat Ukur Penelitian.....	67
Lampiran 6 Data Penelitian Skala Konsumtif dan Konformitas.....	73
Lampiran 7 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	77
Lampiran 8 Uji Normalitas.....	83
Lampiran 9 Uji Linearitas.....	84
Lampiran 10 Uji Hipotesis.....	86
Lampiran 11 Surat Izin Penelitian.....	87
Lampiran 12 Surat Keterangan Selesai Penelitian.....	88



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Majunya perkembangan di era globalisasi yang diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi, salah satunya adalah secara implisit menyebabkan konsumtif dan daya beli masyarakat bertambah. Kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju kearah yang kian mewah dan berlebihan dalam hal penampilan maupun kebutuhan hidup yang lain. Pembelian barang juga semakin tidak terkontrol dengan mudahnya akses membeli dan jenis barang yang di tawarkan memicu para konsumen dari segala usia mulai dari remaja awal hingga dewasa cenderung memiliki perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif ini mempunyai beberapa faktor faktor yang mempengaruhi Menurut (Wardani, 2021) munculnya perilaku konsumtif disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri sedangkan faktor eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, konformitas dan dan referensi serta keluarga.

Adapun ciri-ciri perilaku konsumtif menurut (Laili, 2022) Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri,berpenilaian bahwa produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi,membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi dan Ingin meniru mode yang sedang ngetrend. Ciri-ciri di atas dimiliki oleh seseorang yang melakukan perilaku konsumtif selain itu kecenderungan lain yang di miliki seseorang yang memiliki perilaku konsumtif seperti yang pernah di jelaskan oleh (Fransisca, 2020)menjelaskan kecenderungan perilaku konsumtif yaitu mudah terpengaruh bujukan penjual, sering tertipu karena tidak sabar dalam memilih barang, mempunyai perasaan kurang enak bila tidak membeli kalau sudah memasuki toko, kurang menikmati kegiatan berbelanja sehingga sering terburu-buru dalam mengambil keputusan membeli. Sehingga mudah sekali bagi remaja untuk terkondisi dengan perilaku konsumtif. Mereka mudah terbujuk oleh rayuan iklan, suka ikut – ikutan teman, cenderung boros dalam mengelola uangnya.

Bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial, alasan antara lain bukan saja karena pola konsumtif seseorang terbentuk pada usia remaja, tetapi karena masa ini merupakan fase pencarian jati diri,biasanya mereka selalu ingin tahu dan mencoba sesuatu yang baru dilihat atau diketahuinya dari lingkungan sekitarnya, mulai dari lingkungan keluarga, sekolah, teman sepermainan dan masyarakat. Semua pengetahuan yang baru diketahuinya baik yang bersifat positif maupun yang bersifat negatif semua akan diterima dan ditanggapi oleh remaja sesuai dengan kepribadian masing – masing. Sifat – sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja, (Habibah, 2016).

Akibatnya, para remaja tidak memperhatikan kebutuhan ketika membeli barang. Mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan, dengan cara berlebihan dan tidak wajar. Sikap atau perilaku remaja yang mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif. Selain tergiur dengan promosi dan iklan salah satu hal yang mempengaruhi remaja adalah lingkungannya.

Hal ini tergambar dari fenomena perilaku konsumtif di kalangan remaja sebagian besar di sebabkan oleh pengaruh teman dan lingkungannya. Sama seperti kebanyakan remaja pada umumnya, siswa di SMA Taman Siswa Bahjambi 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.

Oleh karena itu peneliti menyimpulkan berdasarkan hasil wawancara dengan siswa SMA Taman siswa bahjambi yang dimana mengaku jika selalu ingin membeli produk yang baru *launching* walaupun masih memiliki produk yang lama agar tidak merasa ketinggalan dengan teman teman lainnya . siswa di taman SMA taman siswa Bahjambi juga mengaku selalu merasa percaya diri jika memiliki *Handphone* seri terbaru dan juga selalu berusaha untuk menjadi juara kelas setiap tahun agar dibelikan *Handphone* seri terbaru setiap tahunnya sehingga selalu lebih *update* di bandingkan dengan teman temannya.

Sebagaimana yang telah disebutkan diatas bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah faktor eksternal, yaitu kelompok-kelompok dan Sesuai dengan ciri-ciri perilaku konsumtif menurut (Laili, 2022)

Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri,berpenilaian bahwa produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi,membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi,Ingin meniru mode yang sedang ngetrend. Dapat di simpulkan bahwa remaja di SMA Taman Siswa memiliki kecenderungan melakukan kegiatan konsumtif dengan pengaruh lingkungan pertemananya.

Hal ini dapat dilihat dari Keinginan yang muncul dalam diri seorang siswa untuk dapat diterima dan rasa takut dikucilkan dari lingkungan pertemanan sering kali mendorong siswa berusaha untuk mengikuti perilaku yang dilakukan oleh temannya, karena remaja sebagai salah satu kelompok konsumen seringkali menjadi sasaran iklan berbagai macam produk dan jasa. 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 yang biasa disebut sebagai konformitas teman sebaya.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Anggraini,2017) yang mengatakan bahwa Konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial ketika seseorang mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada.begitu juga menurut (Ulfia,2019) bahwa konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain karena adanya tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka Pengaruh sosial (kelompok) dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial disebut dengan konformitas. Sedangkan menurut (Nasution, 2017) Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang nyata atau yang dibayangkan. Adanya tekanan (baik

secara nyata maupun tidak) yang terjadi dalam kelompok menyebabkan para remaja rela menghabiskan uang untuk membeli barang – barang yang tidak dibutuhkan secara berlebihan.

Konformitas pada remaja menyebabkan mereka cenderung menghabiskan lebih banyak uang untuk menunjang penampilan dirinya dengan membeli barang – barang yang selalu baru serta bermerk dan sama dengan anggota kelompoknya. Hal ini dilakukan agar selalu dapat diterima oleh kelompoknya serta mendapat pengakuan akan dirinya sebagai anggota kelompok. Mereka menyadari bahwa busana dan aksesorisnya seperti tas, sepatu, sandal, jam tangan dan lain – lain dapat meningkatkan citra atau image tentang dirinya terutama dengan mengkonsumsi pakaian dan aksesoris merek terkenal.

Banyak tujuan yang ingin didapat oleh remaja dengan sikap konformis, antara lain supaya ada penerimaan kelompok, menjaga hubungan dengan kelompok, mempunyai ketergantungan dengan kelompok, dan menghindari sanksi dari kelompok (Anwar, 2013). Masuknya remaja dalam suatu kelompok tertentu dan memaksanya untuk mengikuti aturan – aturan dalam kelompoknya, sehingga timbulah konformitas karena seorang remaja tidak mau dianggap menyimpang dari kelompoknya.

Kelompok teman sebaya memberikan sebuah dunia, tempat remaja dapat melakukan sosialisasi dalam suasana dimana nilai – nilai yang berlaku bukanlah nilai – nilai yang diletakkan oleh orang dewasa lagi, melainkan oleh teman – teman seusianya (Hurlock, 1949).

Hal tersebut menciptakan konformitas pada teman sebaya yang banyak terjadi dalam lingkup remaja, seringkali kita lihat pada remaja membeli barang –

barang atau pernak – pernik dan menghabiskan uang mereka dengan aktivitas yang bersama dengan mereka, berjalan – jalan bersama, menonton bioskop, karaoke bersama – sama, dan ada pula yang membeli pakaian dengan warna dan model yang sama dengan tujuan agar memiliki satu atau beberapa pakaian yang jenis yang sama agar terlihat kompak.

Meninjau hasil wawancara dapat dilihat adanya unsur perilaku membeli yang tidak sesuai kebutuhan atau disebut juga dengan berperilaku secara konsumtif yang dilakukan hanya demi hubungan konformitas yang telah dibentuk oleh remaja dan juga terdapat unsur kesenangan, sehingga menyebabkan seorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif.

Selain itu fenomena yang terlihat terkait konformitas pada SMA Taman Siswa Bahjambi tersebut peneliti melihat bahwa para remaja disekolah tersebut selalu membanding-bandingkan gadget tersebut, apabila dari mereka tidak mengikuti perkembangan gadget tersebut maka mereka akan merasa tidak diterima oleh kelompok mereka. Hal ini memunculkan keinginan teman yang lain untuk memiliki gadget yang juga terbaru atau sama dengan teman teman yang lainnya.

Hal ini sejalan dengan pendapat (Adriani, 2016) yang mengatakan bahwa disaat seseorang menyatakan ataupun telah melakukan pembelian produk, dikarenakan adanya tekanan atau paksaan dari kelompok, maka disaat itu juga dapat dikatakan bahwa konformitas memberikan peran penting pada pemakaian ataupun konsumsi produk. Berdasarkan uraian dan fenomena-fenomena tersebut, penelitian ini ingin membuktikan hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti menjadikan dasar untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif dan judul penelitian yang diangkat adalah : “Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMA Taman Siswa Bahjambi”

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, maka peneliti menentukan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Taman Siswa Bahjambi?”

1.3. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini pada dasarnya mempunyai tujuan yaitu untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di sekolah SMA Taman Siswa Bahjambi.

1.4. Hipotesis

Hipotesis pada penelitian ini adalah ada 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.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat memberi kontribusi bagi ilmu psikologi baik secara teoritis maupun praktis.

1.5.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan dapat memberikan manfaat atau sumbangan akan pengetahuan dibidang psikologi, khususnya dibidang psikologi perkembangan .

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat diharapkan menjadi informasi dan dapat dijadikan masukan bagi lembaga pendidikan, siswa dan siswi di SMA Taman Siswa Bahjambi yang memiliki perilaku konsumtif dan juga bagi peneliti selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Konsumtif

2.1.1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu kecenderungan untuk membeli barang yang berlebihan sebagai upaya untuk memperoleh kesenangan dan kebahagiaan meski sifatnya semu atau tidak pasti (Fromm, 2017). (Amalia, 2019) juga mendeskripsikan perilaku konsumtif sebagai keinginan untuk mengonsumsi 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.

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

sementara saja (Hanewinkel, 2012) . Konsumsi dalam budaya konsumerisme tidak lagi hanya memenuhi kebutuhan, tetapi telah menjadi gaya hidup global. Menurut ensiklopedi bebas berbahasa Indonesia (Kusumadewi, 2023) 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 (Dong, 2012) . Menurut (Ferguson, 2014) menggambarkan perilaku konsumtif sebagai adanya ketegangan antara kebutuhan dan keinginan manusia.

Sedangkan menurut Yayasan Konsumen Indonesia (dalam Sari, 2021) menyatakan perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Dahlan (dalam Envy, 2021) 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 Lestarina (2017) 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.

Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang dibutuhkan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal (Envy, 2021). Rahima (2022) mengatakan bahwa perilaku konsumtif biasanya lebih dipengaruhi oleh faktor emosional daripada rasio, karena pertimbangan-pertimbangan dalam membuat keputusan untuk membeli atau menggunakan suatu barang dan jasa lebih menitik beratkan pada status sosial daripada pertimbangan ekonomis. Ia menambahkan bahwa perilaku konsumtif berkaitan dengan proses belajar. Artinya dalam perkembangan individu akan belajar bahwa memperoleh suatu barang atau melakukan perbuatan tentunya dapat memberikan kesenangan atau sebaliknya seperti perasaan yang tidak enak.

Menurut Kristal-Boneh (2000) 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. Kartodihardjo (1995) menjelaskan bahwa

perilaku konsumtif sebagai sosial ekonomi perkembangannya dipengaruhi oleh faktor kultural, pentingnya peran mode yang mudah menular atau menyebabkan produk-produk tertentu. Disamping itu sikap seseorang seperti orang tidak mau ketinggalan dari temannya atau penyakit kultural yang disebut “gengsi” sering menjadi motivasi dalam memperoleh produk. Pendapat yang dikemukakan oleh Zahra (2022) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang berperilaku berlebihan dalam membeli barang secara tidak terencana, sebagai akibatnya mereka kemudian membelanjakan uangnya dengan membabi buta dan tidak rasional, sekedar untuk mendapatkan barang-barang yang menurut anggapan mereka dapat menjadi simbol keistimewaan.

Anggraini, (2017) menjelaskan bahwa remaja menaruh perhatian yang lebih besar dalam hal penampilan. Sehubungan dengan hal tersebut, biasanya remaja akan lebih aktif mencari masukan dari teman maupun iklan agar dapat menampilkan diri secara menarik. Akibat selanjutnya adalah banyak remaja yang terjerat dalam perilaku konsumtif. Cahyana, (1995) memberikan definisi perilaku konsumtif sebagai tindakan yang dilakukan dalam mengonsumsi berbagai macam barang kebutuhan.

Sinaga, (2017) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan bagian dari aktivitas dan kegiatan mengonsumsi suatu jasa dan barang yang dilakukan oleh konsumen. Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang dikendalikan oleh suatu keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan duniawi semata – mata (Cahyana, 1995).

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.

2.1.2. Aspek- aspek Perilaku Konsumtif

Menurut (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.

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 (Fromm, 2013) 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 (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.

2.1.3. Ciri Ciri Perilaku Konsumtif

Ciri-ciri perilaku konsumtif menurut (Laili, 2022) adalah :

1. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri.
2. Berpenilaian bahwa produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi
3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.
4. Ingin meniru mode yang sedang ngetrend.

5. Untuk menarik perhatian dari orang lain.

Berdasarkan uraian di atas maka ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu diantaranya berperilaku boros , lebih mementingkan hasrat atau keinginan dibandingkan kebutuhan, dan mengedepankan gengsi atau mempertahankan harga diri dibandingkan manfaat dari barang yang dibelinya.

2.1.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Nazarudin (2022) 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.

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.

2.2. Konformitas

2.2.1. 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 (Song, 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 (Putri, 2013) . Anam (2016) 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 (Song, 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. Anam (2016) 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. (Anam, 2016).

Menurut (Fromm, 2013) 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.

Menurut pendapat (Sears, 1994) konformitas adalah suatu bentuk tingkah laku penyesuaian diri dengan tingkah laku orang lain, sehingga menjadi kurang lebih sama atau identik guna mencapai tujuan tertentu. Sering kali orang atau organisasi berusaha agar pihak lain menampilkan tindakan tertentu pada saat pihak lain tidak menginginkan untuk melakukan itu, namun bila orang lain menampilkan perilaku tersebut maka itu disebut konformitas.

Konformitas juga diartikan sebagai kecenderungan untuk melakukan atau menerima standar norma yang dimiliki kelompok (Bernheim, 1994). Batasan (Klopf, 1998) tentang konformitas adalah bertindak sesuai dengan norma kelompok, menjadi harmonis dan sepakat dengan anggota kelompok. Vitra (2016) menyatakan konformitas sebagai perubahan perilaku atau keyakinan arah kelompok sebagai akibat tekanan dan tuntutan kelompok baik tuntutan yang nyata maupun tuntutan yang hanya dibayangkan saja.

Sedangkan Saragih (2016) mengungkapkan bahwa konformitas adalah perilaku atau tindakan yang dipengaruhi oleh tekanan kelompok yang timbul karena konflik antara pendapatnya dengan pendapat kelompok. Lebih lanjut (Anwar, 2013) menunjukkan ketika seseorang menghadapi stimulus yang ambigu dan tidak berstruktur ia jarang membangun sudut pandang sendiri yang stabil dalam menilai stimulus tersebut, dan pandangannya akan segera berubah ketika dihadapkan pada pandangan orang lain.

Seseorang akan memiliki dua bentuk kecenderungan ketika diharapkan memberi penilaian terhadap stimulus dihadapan sekelompok orang, yaitu kecenderungan untuk benar dan kecenderungan untuk terlihat baik pada kelompok. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Nasution, 2017) Kecenderungan untuk benar diperoleh dari apa yang secara fisik terlihat oleh mereka dari apa yang dikatakan orang lain, sedangkan kecenderungan untuk disukai dan membuat kesan yang baik lebih dipengaruhi oleh pengaruh normatif.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas adalah perilaku yang dimiliki seorang individu berdasarkan keinginan bentuk tingkah laku penyesuaian dengan tingkah laku orang lain. Yang di pengaruhi oleh tekanan lingkungan atau kelompok yang ada di sekitar.

2.2.2. Aspek-aspek Konformitas

Menurut 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 (2009) 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 (2007) 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 (1994) 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 2009) yang membagi aspek konformitas menjadi lima, yaitu Peniruan, Penyesuaian, Kepercayaan, Kesepakatan dan Ketaatan. Kelima aspek tersebut digunakan merupakan ukuran yang digunakan untuk menentukan konformitas.

2.2.3. Ciri-ciri konformitas

Menurut Baron dan Byrne (2005) terdapat beberapa ciri-ciri konformitas, yaitu:

a. Kesepakatan

Suatu bentuk pengaruh sosial yang meliputi permintaan langsung seseorang pada orang lain.

b. Kepatuhan, Suatu bentuk pengaruh sosial dimana seseorang hanya perlu memerintahkan satu orang lain atau lebih untuk melakukan satu atau beberapa tindakan.

c. Indoktrinasi intensif

Suatu proses yang dilalui individu untuk menjadi anggota suatu kelompok dan menerima belief serta aturan-aturan dari kelompok tanpa banyak bertanya.

d. Norma sosial

Aturan yang mengindikasikan bagaimana individu seharusnya bertindak lakupada suatu situasi yang spesifik.

2.2.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut Sears (1994) 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 Hawai 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 (2009) yaitu :

a. Ukuran kelompok

Konformitas akan semakin meningkat apabila ukuran kelompok meningkat. (Sears 1994) 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 2009).

b. Keseragaman kelompok

Seseorang akan berhadapan dengan mayoritas yang kompak dan cenderung untuk ikut menyesuaikan diri dengan mayoritas tersebut. Apabila kelompok tersebut

idak 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, 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, 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, 2009).

Menurut (Byrne, 2005) faktor – faktor yang mempengaruhi konformitas yaitu sebagai berikut :

1. Kohesivitas

Kohesivitas (keterpaduan) adalah derajat ketertarikan yang dirasakan oleh individu terhadap suatu kelompok yang berpengaruh. Misalnya pada umumnya remaja lebih menurut pada teman – temannya daripada mengikuti nasihat orang

tua. Secara umum ketika kohesi tinggi (seseorang tertarik pada satu kelompok dan ingin diterima dalam kelompok tersebut) maka tekanan terhadap konformitas jauh lebih besar dibandingkan jika kohesinya rendah.

2. Ukuran Kelompok

(Cialdini, 2005) mengungkapkan suatu penelitian bahwa bila ukuran kelompok meningkat maka akan menghasilkan konformitas yang tinggi. Serangkaian eksperimen menunjukkan bahwa konformitas akan meningkat bila ukuran mayoritas yang sependapat juga meningkat, setidak – tidaknya sampai tingkat tertentu.

3. Kesepakatan Kelompok

Dalam hal ini harus dicapai suara bulat. Orang yang dihadapkan pada suatu keputusan kelompok yang sudah bulat akan mendapat tekanan yang kuat untuk menyesuaikan pendapatnya (Sears, 1994).

4. Status

Dalam berkonformitas status ternyata menduduki peran yang sangat penting. Sebagaimana diketahui orang yang memiliki status sosial yang tinggi cenderung memiliki dampak lebih dalam kelompok karena status sosial yang melekat pada dirinya. 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.

2.3. Pengertian Remaja

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari bahasa Latin *adolescere* yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa”, dalam perkembangan menuju dewasa (Monk, 2006). Menurut Piaget (dalam Hurlock, 1949) 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 Monk (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, 1949).

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, 2006).

2.4. Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif

Perilaku Konsumtif sangat dekat dengan kehidupan remaja dimana remaja sebagai salah satu sasaran iklan karena bagi produsen, kelompok usia remaja

adalah salah satu pasar yang potensial, alasannya antara lain bukan saja karena pola konsumtif seseorang terbentuk pada usia remaja, karena pada masa ini merupakan fase pencarian jati diri.

Disamping itu biasanya remaja mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut – ikutan dan cenderung boros. Sifat – sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja (Stone, 2019) .Mereka cenderung membeli barang yang mereka inginkan bukan yang mereka butuhkan. Sikap atau perilaku remaja yang mengonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut dengan perilaku konsumtif.

Karakteristik ini memudahkan mereka terjerat dalam perilaku membeli yang tidak efisien. Hal ini terlihat dari banyaknya remaja yang membeli produk fashion dan aksesoris di toko – toko seperti baju, tas, sepatu, jam tangan, kosmetik dan sebagainya. Mereka tak jarang membeli produk fashion dan barang – barang yang sama dengan teman – temannya, sehingga konformitas pun muncul.

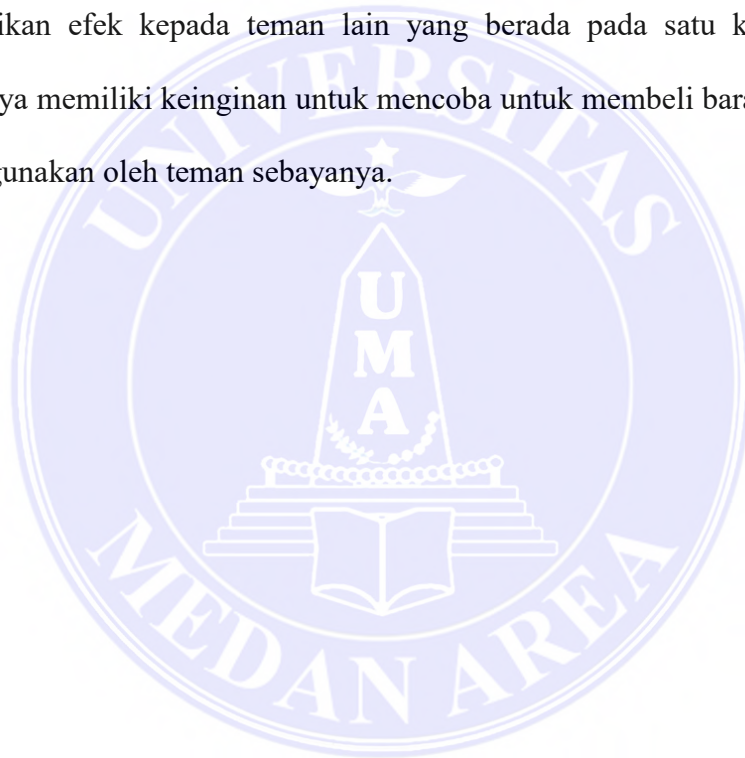
Konformitas pada remaja umumnya terdiri atas keinginan untuk dilibatkan di dalam dunia teman sebaya, seperti keinginan untuk meluangkan waktu dengan anggotanya serta berpakaian layaknya teman – teman mereka. Menurut Hurlock (1949) karena remaja lebih banyak diluar rumah bersama dengan teman – teman sebaya sebagai kelompok, maka dapatlah dimengerti bahwa pengaruh teman – teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku terkadang lebih besar daripada pengaruh keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa mereka memakai model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompok, maka kesempatan baginya untuk diterima oleh kelompok menjadi lebih besar. Kebanyakan remaja berharap menjadi anggota kelompok

acuan dan menolak menjadi tampak beda. Ketika pendapat remaja berbeda dengan pendapat kelompok maka kemungkinan ia akan merasa tertekan dan berusaha mengubah pendapatnya untuk melakukan konformitas dengan pendapat kelompok tersebut. Penyesuaian diri dengan norma yang ada dalam kelompok tanpa pemikiran yang mandiri disebut sebagai konformitas.

Dalam hal ini, peneliti memfokuskan penelitian pada siswa SMA Taman Siswa Bahjambi. 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 (2013) “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, 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 semakintinggi konformitas, maka semakin tinggi perilaku konsumtif terhadap pembelian tas melalui online shop pada mahasiswi.

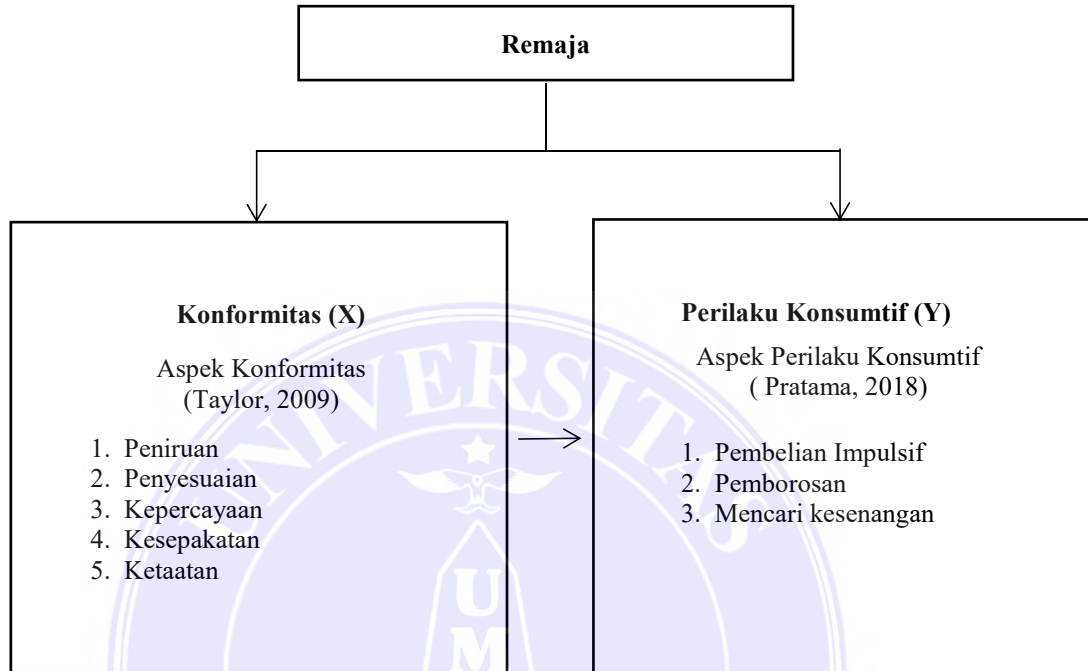
Penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian Sihotang (2009) mengenai pembelian impulsive terhadap konformitas yaitu Sumabangan efektif konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsive sebesar 3,6% sehingga 94,4% pembelian impulsive remaja dipengaruhi oleh konformitas terhadap kelompok teman sebaya.

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.



2.5. Kerangka Konseptual

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Waktu dan Tempat Penelitian

3.1.1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan berdasarkan data di dalam tabel dibawah ini.

Tabel 3.1.Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2020		2022		2023				2024				
		Bulan												
		Sep	Okt	Okt	Des	J a n	F e b	M a r	M e i	J u n	F e b	M a r	A p r	M e i
1	Pengajuan Judul													
2	Acc Judul													
3	Pra Penelitian													
4	Acc Seminar Proposal													
5	Pengajuan Seminar Proposal													
6	Pelaksanaan Seminar Proposal													
7	Pengajuan Surat izin Penelitian													
8	Penelitian													
9	Selesai Penelitian													
10	Acc Seminar Hasil													
11	Pengajuan Seminar Hasil													
12	Seminar Hasil													
13	Revisi Seminar Hasil													

3.1.2. Tempat Penelitian

Penelitian ini di lakukan di SMA Taman Siswa Bahjambi yang beralamat di Jl. H.Matahari, Pdk. Sejahtera,Bahjambi, Sumatera Utara. Penelitian ini

dilakukan mulai tanggal 17 Februari 2024 tepat di mana surat pemberian ijin untuk melakukan penelitian sudah keluar, dan dilakukan sampai tanggal 29 Februari 2024 untuk menyebarkan skala konsumtif dan konformitas dengan menggunakan kertas kepada sampel dan memasukkan identitas responden serta petunjuk pengisian skala.

3.2. Bahan dan Alat

3.2.1. Bahan

Bahan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner berbentuk kertas yang di bagikan kepada siswa siswi di SMA Taman Siswa Bahjambi. Setelah selesai mengumpulkan data, peneliti melakukan pencatatan hasil dan membuat data hasil skala penelitian untuk kemudian dilakukan penghitungan statistik. Uji statistik yang akan dilakukan adalah uji asumsi, dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan program SPSS.

3.2.2. Alat

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah perangkat keras dan perangkat lunak. Perangkat keras terdiri atas sebuah laptop, sedangkan perangkat lunak yang digunakan berupa *system* operasi *Microsoft Windows* 13. Adapun untuk keperluan analisis data dengan menggunakan SPSS versi 22.0 *for windows*. Kemudian skor yang mewakili pilihan subjek pada setiap butir pernyataan dipindahkan ke tahap berikutnya yaitu *Microsoft Excel* 2013.

3.3. Metodologi Penelitian

3.3.1. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif korelasi. Sugiyono (2021) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme. Metode ini dianggap ilmiah karena memenuhi kaidah ilmiah yang konkret dan empiris, serta bersifat obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

3.3.2. 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

3.3.3. 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.

3.3.3.1. Perilaku Konsumtif

perilaku konsumtif merupakan suatu perilaku yang mengakibatkan seorang individu tidak dapat berperilaku secara rasional dan cenderung membeli barang dan jasa hanya berdasarkan keinginan semata dan lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan.

3.3.3.2. Konformitas

Konformitas adalah perilaku yang dimiliki seorang individu berdasarkan keinginan dalam bentuk tingkah laku yang menyesuaikan dengan tingkah laku orang lain. Dan di pengaruhi oleh tekanan lingkungan atau kelompok yang ada di sekitar.

3.4. Subjek Penelitian

3.4.1. 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, 2021) dan yang menjadi populasi adalah seluruh siswa siswi berjumlah 194 orang.

Tabel 3.2

Kelas	Jumlah Siswa
X	73 Orang
XI	47 Orang
XII	74 Orang
Total	194 Orang

3.4.2. 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,2021).

Adapun karakteristik sebagai berikut :

- Siswa dan siswi yang memiliki perilaku konsumtif

Peneliti melakukan screening dari 194 siswa siswi dan memperoleh hasil 74 orang siswa siswi yang memiliki perilaku konsumtif.

3.4.3. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Hadi (2021) sampel adalah sebagian dari populasi atau wakil populasi yang diteliti dan sedikitnya memiliki satu sifat yang sama. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 74 orang yang ada di SMA Taman Siswa Bahjambi. 74 siswa yang menjadi sampel penelitian ini siswa yang memiliki kecenderungan berperilaku konsumtif melalui *screening* yang dilakukan sebelumnya.

3.5. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan (Hadi, 2021) . 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, 2016) 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), “Tidak Sesuai” (TS), “Sangat Tidak Sesuai” (STS).

Table 3.3 Skala Pengukuran Likert

Unfavorable	Keterangan	Favorable
1	Sangat Sesuai	4
2	Sesuai	3
3	Tidak Sesuai	2
4	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, 2016).

3.6. Prosedur Kerja

3.6.1. Persiapan Administrasi

Sebelum melakukan penelitian dilakukan langkah-langkah persiapan, termasuk persiapan administrasi terkait permohonan izin pendataan khususnya

dari Jurusan Psikologi Universitas Medan Area dengan nomor surat 436/FPSI/01.10/II/2024. Setelah seluruh izin lokasi dan prosedur administrasi telah dilengkapi, peneliti menyiapkan instrumen pengukuran untuk memudahkan pengumpulan data penelitian.

3.6.2. Persiapan Alat Ukur

Persiapan alat ukur penelitian yang dimaksud meliputi persiapan alat ukur yang selanjutnya akan digunakan untuk penelitian yaitu penyusunan skala konformitas dan skala konsumtif. Penyusunan alat ukur dimulai dengan menentukan aspek-aspek yang akan digunakan untuk membuat skala berdasarkan konsep yang telah dikemukakan dalam teori. Setelah aspek-aspek ditentukan, peneliti membuat rancangan skala berisi sejumlah item. Kemudian setelah menentukan jumlah item yang akan digunakan, dilakukan penentuan nilai pada skala tersebut. Pada penelitian ini menggunakan dua buah skala, yaitu konformitas dengan skala konsumtif.

3.6.3. Uji 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, 2016).

Menurut Azwar (2016) 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 dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistic Packages For Social Science*).

Uji validitas digunakan untuk mengukur tingkat kevalidan suatu kuesioner (Latifah,2015). Dasar Pengambilan Keputusan dari uji validitas melalui hasil SPSS adalah jika r hitung $>$ r tabel dinyatakan valid atau jika r hitung $<$ r tabel dinyatakan tidak valid.

3.6.4. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas mengacu pada konsistensi atau kepercayaan hasil ukur dan mengandung makna kecermatan pengukuran (Azwar 2016). 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 (Azwar, 2016).

Dalam penelitian ini teknik yang digunakan untuk pengukuran realibilitas alat ukur penelitian ini adalah teknik *Alpha Cronbach*. Realibilitas dalam penelitian ini akan diuji dengan menggunakan bantuan SPSS (*Statistic Packages For Social Science*).

Pengujian reliabilitas instrumen dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* karena instrumen penelitian ini berbentuk angket dan skala bertingkat.

Jika nilai $\alpha > 0.7$ artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika $\alpha > 0.80$ ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat. Atau jika $\alpha > 0.90$ maka reliabilitas sempurna. Jika α antara $0.70 - 0.90$ maka reliabilitas tinggi. Jika α $0.50 - 0.70$ maka reliabilitas moderat. Jika $\alpha < 0.50$ maka reliabilitas rendah. Jika α rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel.

Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Reliabilitas menurut Guilford

Koefisien Reliabilitas	Kriteria
> 0.9	Sangat Reliabel
$0.7-0.9$	Reliabel
$0.4-0.69$	Cukup Reliabel
$0.2-0.39$	Kurang Reliabel
< 0.2	Tidak Reliabel

3.6.5. Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk menguji hipotesis dalam rangka menentukan kesimpulan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah menggunakan statistik korelasi *product moment* dari Karl Pearson, dengan tujuan yaitu ingin melihat sejauh mana hubungan kedua variabel yang menjadi topik pembahasan dalam penelitian ini. Perhitungan analisis data pada penelitian ini diuji dengan program *Statistical Packages For Social Sciences* (SPSS) Sebelum dilakukan teknik analisis data, Sebelum data dianalisis dengan menggunakan metode Korelasi *Product Moment*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap data penelitian yang meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memeriksa apakah persebaran data penelitian berasal dari populasi yang sebarannya normal. Peneliti menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov* melalui program IBM SPSS

versi 22.0 untuk melakukan uji normalitas. Persebaran data yang normal memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($p > 0,05$). Menurut Arikunto, (1998), data yang memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) menandakan bahwa data tersebut memiliki perbedaan yang signifikan dengan data virtual normal dalam SPSS. Sebaliknya, data yang memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($p > 0,05$) menunjukkan bahwa data tersebut tidak memiliki perbedaan yang signifikan dengan data virtual normal dalam SPSS.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas adalah untuk mengetahui derajat hubungan antara kedua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Arikunto (1998) menambahkan bahwa uji linearitas digunakan untuk mengetahui pengaruh suatu variabel terhadap variabel lain. Peneliti menggunakan program SPSS 22.0 for windows untuk membantu penghitungan uji linearitas. Apabila hasil uji linearitas menunjukkan nilai signifikansi yang kurang dari 0,05 ($p < 0,05$), maka dapat diketahui bahwa data penelitian tergolong linear.

c. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan analisis korelasi karena penelitian ini mencari hubungan atau korelasi antara dua variabel atau lebih. Apabila sebaran data penelitian normal, maka peneliti akan menggunakan teknik korelasi *Pearson Product Moment*. Namun, apabila sebaran data penelitian tidak normal, maka peneliti akan menggunakan teknik analisis korelasi *Spearman Rho* untuk menganalisis data. Penghitungan analisis korelasi akan dibantu oleh program SPSS 22.0.

Semua data penelitian, mulai dari uji coba skala likert berupa angket sampai kepada pengujian hipotesis, dianalisis dengan menggunakan aplikasi komputer *IMB SPSS Statistics 22 (Statistical Package for the social Sciences) for windows*.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di SMA Taman Siswa Bahjambi, maka peneliti menyimpulkan

hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil perhitungan analisis hipotesis korelasi produk yang dilakukan oleh peneliti, mengindikasikan bahwa ditemukan pengaruh positif antara variabel Konformitas dengan variabel perilaku konsumtif pada remaja di SMA Taman Siswa Bahjambi. Hal ini dibuktikan dengan temuan hasil perhitungan analisis korelasi produk sebesar 0,573 dengan signifikan $p = 0,000 < 0.010$. Maka dapat dinyatakan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima.
2. Berdasarkan analisis data uji normalitas diperoleh bahwa nilai mean empirik variabel konformitas sebesar 121,97 dan untuk variabel Konsumtif sebesar 67,47. Sedangkan, standart deviasi variabel konformitas adalah sebesar 12,470 dan untuk variabel konsumtif adalah sebesar 11,034 dengan jumlah subjek yang terlibat adalah 74 orang.
3. Kemudian pada hasil perhitunga Koefesien Determinan dari kedua variable adalah 0,452. Hal ini mengundang kesimpulan bahwa konformitas memberikan kontribusi terhadap perilaku Konsumtif sebesar 45,2%

5.2. Saran

5.2.1. Siswa SMA Taman Siswa Bahjambi

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa perilaku konsumtif dinyatakan tinggi maka Para siswa dan siswi di SMA Taman Siswa Bahjambi dapat mampu mengontrol dirinya dengan cara menabung 50% dari uang saku, tabungan bisa di buat dari kaleng jika tidak berkenan memasukkan tabungan ke rekening bank. Dan juga tidak membeli barang baru jika barang yang lama masih bisa digunakan.

5.2.2. SMA Taman Siswa Bahjambi

Saran bagi SMA Taman Siswa Bahjambi untuk melakukan acara bakti sosial selama 1 bulan sekali untuk siswa siswi menyumbang barang barang yang tidak di gunakan lagi kepada kaum yang tidak mampu untuk menimbulkan kesadaran bahwa masih banyak yang lebih membutuhkan sehingga lebih menahan diri untuk membeli barang yang tidak berguna.

Sekolah juga dapat menyelenggarakan kegiatan edukasi seperti penyuluhan tentang dampak dari perilaku konsumtif.

5.2.3. Peneliti Selanjutnya

Saran untuk peneliti selanjutnya untuk memperhatikan faktor faktor lain dengan mempertimbangkan karakteristik yang beragam seperti hadirnya iklan dan gaya hidup yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, N. (2016). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi di SMA Nurul Amaliyah Tanjung Morawa (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Amalia, I. (2019). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada penggemar k-pop dewasa awal (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Jakarta).
- Anam, K. (2016). Hubungan antara konformitas dan dukungan orang tua terhadap prokrastinasi akademik. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(1).
- Anggraini, R. T. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, . 3(3), 131-140.
- Anwar, H. A. (2013). Konformitas dalam Kelompok Teman Sebaya. Makassar: FISIP Universitas Hasanuddin.
- Arikunto, S. (1998). *Pendekatan Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azizah, P. N. (2017). 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. *Jurnal* .
- Azwar, S. (2016). Reliabilitas dan validitas aitem. *Buletin Psikologi*, 3(1), 19-26.
- Bernheim, B. D. (1994). *A theory of conformity*. *Journal of political Economy*, 102(5), 841-877.
- Byrne, B. M. (2005). *Factor analytic models: Viewing the structure of an assessment instrument from three perspectives*. *Journal of personality assessment*, 85(1), 17-32.
- Cahyana, Y. Y. (1995). *Iklan televisi dan perilaku konsumtif remaja di perkotaan*.
- Cialdini, R. B. (2005). *Basic social influence is underestimated*. *Psychological inquiry*, 16(4), 158-161.
- Dong, F. L. (2012). *Effects of credit constraints on household productivity in rural China*. *Agricultural Finance Review*, . 72(3), 402-415.
- Envy, E. P. (2021). *The Relationship Between Self Control and Consumptive Behavior to Working Students and Non-Working Students Faculty of*

Psychology University of 17 August 1945 Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).

Ferguson, L. B. (2014). *PPAR agonists regulate brain gene expression: relationship to their effects on ethanol consumption*. *Neuropharmacology*, 86, 397-407.

Fitriyani, N. W. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. . *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14.

Fitriyani, N. W. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 1-14.

Fransisca, C. &. (2020). Media Sosial dan Perilaku Konsumtif. *Prologia*, 4(2), 435-439.

Fromm, E. (2013). *Sigmund Freud's mission: An analysis of his personality and influence*. *Open Road Media*.

Habibah, N. F. (2016). Pengaruh Karakteristik Bagan Tancap Terhadap Hasil Produksi Di Perairan Teluk Jakarta Kelurahan Kalibaru Jakarta Utara (Doctoral Dissertation, Universitas Negeri Jakarta).

Hadi, A. (2021). *Penelitian kualitatif studi fenomenologi, case study, grounded theory, etnografi, biografi*. CV. Pena Persada.

Hanewinkel, R. S. (2012). *Alcohol consumption in movies and adolescent binge drinking in 6 European countries*. *Pediatrics*, 129(4), 709-720.

Hurlock, E. B. (1949). *Adolescent development*.

Kartodihardjo, S. (1995). *Konsumerisme dan Perlindungan Konsumen*. . *Akademika*, (1), 30-40.

Klopf, L. C. (1998). Tuberculosis control in the New York State Department of Correctional Services: a case management approach. *American journal of infection control*, 26(5), 534-537.

Kristal-Boneh, E. F. (2000). Summer-winter differences in 24 h variability of heart rate. *Journal of cardiovascular risk*, 7(2), 141-146.

Kusumadewi, P. D. (2023). Education on Personal Financial Management for Overseas Students at Yogyakarta State University as an Effort to Prevent Consumptive Behavior. In *Proceedings of Vocational Engineering International Conference*.

Laili, N. A. (2022). Peran Mobile Banking Mendorong Perilaku Konsumtif Mahasiswa Wilayah Gerbang Kertasusila (Doctoral dissertation, Universitas Hayam Wuruk Perbanas Surabaya).

- Lestarina, E. K. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2).
- Lestarina, E. K. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, . 2(2).
- Mangkunegara, A. A. (2011). *Manajemen sumber daya manusia perusahaan*.
- Monk, C. S. (2006). Ventrolateral prefrontal cortex activation and attentional bias in response to angry faces in adolescents with generalized anxiety disorder. *Am.*
- Nasution, H. S. (2017). *Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Nazarudin, H. &. (2022). Gaya Hidup Hedonisme dan Perilaku Konsumtif Remaja Putri Kota Kupang. *Jurnal Ilmiah Aset*, 24(1), 29-35.
- Pratama, H. S. (2018). Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap merchandise liverpool pada anggota suporter klub sepakbola liverpool di Bekasi. *Jurnal Psikologi*, . 10(2).
- Prihardani, I. (2012). Hubungan antara konformitas geng dengan kenakalan remaja (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Putri, K. R. (2013). Hubungan Antara Identitas Sosial dan Konformitas dengan Perilaku Agresi pada Su-porter Sepakbola Persisam Putra Samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1(3).
- Rahima, P. &. (2022). Pengaruh Fitur Shopee Paylater terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Mataram. *Target: Jurnal Manajemen Bisnis*, . 4(1), 39-50.
- Rospita, M. &. (2020). Identitas Sosial dan Konformitas Pada Anggota Komunitas Hijabers. *Marwah: Jurnal Perempuan, Agama Dan Jender*, . 18(2), 187-195.
- Santrock, J. W. (2007). *Psikologi Pendidikan edisi kedua*.
- Saragih, S. (2016). Keharmonisan keluarga, konformitas teman sebaya dan kenakalan remaja. *Persona: Jurnal Psikologi Indonesia*, 5(01). (n.d.).
- Sari, M. L. (2021). *the Effect of Financial Literature and Self Control on Consumption Behavior (Study on Students of the Faculty of Economics and Business Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara)*. *International Journal of Ec.*

- Sears, A. &. (1994). *Split menus: effectively using selection frequency to organize menus*. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 1(1), 27-51.
- Sihotang, A. (2009). Hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsif pada remaja (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Sinaga, I. K. (2017). Hubungan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Pria Metroseksual pada Aparat Kepolisian Tanjung Morawa.
- Song, G. M. (2012). The psychological explanation of conformity. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 40(8), 1365-1372.
- Stone, L. .. (2019). Effectiveness of CBT for children and adolescents with depression: A systematic review and meta-regression analysis. *European psychiatry*, 57, 33-4.
- Sugiyono, S. &. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).
- Sumartono, S. (2002). *Terperangkap dalam iklan: Meneropong imbas pesan iklan televisi*. . Bandung:: Alfabeta.
- Taylor & Cummins, D. D. (2009). Morality and conformity: The Asch paradigm applied to moral decisions. *Social influence*, 8(4), 268-279.
- Ulfia, M. (2019). Pengaruh konformitas kelompok teman sebaya, religiusitas dan kepribadian terhadap kecenderungan penggunaan napza pada remaja (Bachelor's thesis, Fakultas Psikologi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta).
- Vitra, J. (2016). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja SMA Dharmawangsa Medan (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Wardani, L. M. (2021). *Konsep diri dan konformitas pada perilaku konsumtif remaja*. Penerbit Nem.
- Zahrah, A. M. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Belanja Online Terhadap Perilaku Konsumtif. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, . 6(2).



Lampiran 1

BLUE PRINT SKRINNING KONSUMTIF

Teori	Ciri - Ciri	Keterangan Soal
Laili, N. A. (2022)	1. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri.	Saya selalu merasa terlihat lebih baik jika membeli barang yang sedang trend (1)
	2. Berpenilaian bahwa produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi	saya lebih percaya diri jika barang yang saya beli harganya mahal (2)
	3. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.	saya merasa berpenampilan lebih menarik setiap kali memberi barang baru (3)
	4. Ingin meniru mode yang sedang ngetrend.	saya suka meniru mode yang sedang trend (4)
	5. Untuk menarik perhatian dari orang lain.	saya membeli barang agak menarik perhatian teman yang belum punya barang tersebut (5)

LAMPIRAN 2

BLUEPRINT 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
		Saya merasa senang jika saya diajak pergi oleh teman saya	Saya tidak bersemangat ketika teman teman saya mengajak saya pergi
	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
		Saya merasa lebih percaya diri jika saya mengikuti kebiasaan yang dilakukan oleh teman saya	Saya tidak tertarik mengikuti kebiasaan orang lain
Penyesuain	Penyesuaian diri dengan kelompok	Saya mampu menyesuaikan diri dengan teman satu kelompok	Saya merasa tidak nyaman bergaul dengan teman satu kelompok
		Saya selalu berusaha menyesuaikan diri dengan teman teman saya	Saya tidak perlu menyesuaikan diri dengan siapapun
	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
		Saya selalu mengikuti apa yang teman saya sedang gemari	Saya menganggap tidak perlu mengikuti apa yang sedang di gemari teman saya
Kepercayaan	Kesetiakawanan	Saya berusaha untuk tetap bersama-sama dengan teman-teman satu kelompok	Saya berani mengungkapkan pendapat yang berbeda dengan pendapat teman-teman saya
		Saya akan tetap	Saya akan

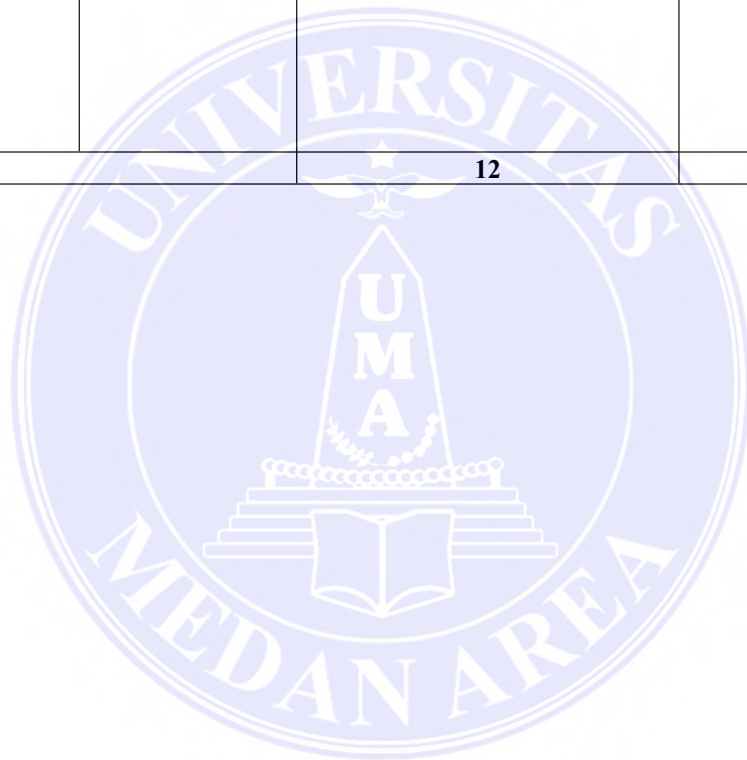
		membela teman teman saya ketika terjadi sesuatu kepada mereka	meninggalkan teman saya jika teman saya sedang ada masalah
	Percaya pada kemampuan anggota kelompok	Saya sering meminta pendapat teman satu kelompok saat menghadapi masalah	Saya merasa dapat menyelesaikan masalah Yang saya hadapi tanpa bantuan teman-teman
		Saya suka meminta pertolongan teman saya ketika saya sedang kesulitan	Saya tidak akan meminta bantuan teman saya walaupun saya sedang dalam kesulitan
Kesepakatan	Kesamaan pandangan	Saya selalu setuju dengan pendapat yang muncul dari teman satu kelompok	Saya sering berdebat dengan teman satu kelompok
		Saya sering kali sependapat dengan teman saya dalam memecahkan masalah	Saya sering tidak cocok dengan pendapat teman saya
	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
		Saya tidak melakukan hal yang tidak disukai teman saya	Saya tetap saja melakukan apapun sekalipun teman saya tidak suka akan hal itu
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
		Saya akan mengalah jika tidak sepaham dengan teman saya untuk menghindari terjadinya konflik	Saya tidak akan mau mengalah dengan teman saya walaupun akan menimbulkan pertikaian
	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
		Saya tidak akan melakukan perilaku yang membuat saya akan dijauhi oleh teman saya	Saya melakukan apa saja walaupun harus di musuhi
Jumlah		20	20

LAMPIRAN 3

BLUEPRINT 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
		Saya membeli barang yang saya inginkan	Saya memikirkan apakah yang saya inginkan penting atau tidak ketika membeli barang
	Membeli barang secara spontan	Saat melihat suatu barang yang bagus, saya langsung membelinya	Sebelum membeli suatu barang, saya selalu mempertimbangkannya terlebih dahulu
		Saya langsung membeli barang yang saya mau	Saya mempertimbangkan ketika membeli barang
Penyesuain	Mengikuti tren/mode	Saya membeli produk yang sedang trend agar Dianggap mengikuti perkembangan zaman	Barang yang saya beli sesuai dengan kemampuan keuangan yang saya miliki
		Saya selalu merasa perlu membeli barang yang sedang ramai di gemari orang orang	Saya tidak akan membeli barang yang sedang disukai orang orang
	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
		Saya sering membeli barang tanpa mempertimbangkan apapun	Saya selalu mempertimbangkan barang yang saya beli hingga saya lupa membeli barang tersebut
	Membeli barang karena merek	Saat membeli suatu barang, Saya lebih mementingkan merek dibandingkan kualitasnya	Saya selalu membeli suatu barang berdasarkan kualitasnya
		Menurut saya merk pada suatu barang sangat penting	Menurut saya merk terkenal tidak penting

Mencari kesenangan	Pembelian yang karena kepuasan dan gengsi Memperoleh pengakuan sosial	Saya berusaha untuk tetap bersama-sama dengan teman-teman satu kelompok	Saya berani mengungkapkan pendapat yang berbeda dengan pendapat teman-teman saya
		Saya merasa bangga dan percaya diri jika saya memiliki barang yang sama dengan teman saya	Saya percaya diri walaupun barang saya tidak sama dengan teman sekelompok saya
Jumlah		12	12



LAMPIRAN 4

ITEM SCREENING

IDENTITAS RESPONDEN

Nama (Boleh Inisial) : _____ [P/L]

Usia : _____

Umur : _____

kelas : _____

No.	Pertanyaan	YA	TIDAK
1	saya selalu merasa terlihat lebih baik jika membeli barang yang sedang trend		
2	saya lebih percaya diri jika barang yang saya beli harganya mahal		
3	saya merasa berpenampilan lebih menarik setiap kali memberi barang baru		
4	saya suka meniru mode yang sedang trend		
5	saya membeli barang agak menarik perhatian teman yang belum punya barang tersebut		

LAMPIRAN 5
ALAT UKUR PENELITIAN
Data Pribadi Responden

- Nama lengkap :
2. Jenis Kelamin : Pria / Wanita
3. Umur :Tahun
4. Status :

Petunjuk pengisian Kuesioner :

1. Kuesioner ini terdiri dari 64 pertanyaan, yang dibagi kedalam 2 (dua) bagian yaitu :

Bagian 1 : Kuesioner sebanyak 40 pertanyaan mengenai Konformitas

Bagian 2 : Kuesioner sebanyak 20 (Dua Puluh) pertanyaan mengenai Perilaku Konsumtif.

2. Bacalah setiap pertanyaan dengan baik dan teliti.

3. Pilih salah satu jawaban yang paling tepat.

Yaitu dengan cara memberi tanda *check list* (✓) pada kolom jawaban yang tersedia.

Keterangan Jawaban Kuesioner :

1. Sangat Tidak Sesuai (STS)

2. Tidak Sesuai (TS)

3. Netral (N)

4. Sesuai (S)

5. Sangat Sesuai (SS)

Isilah pertanyaan di bawah ini sesuai dengan pilihan anda :

Bagian 1

Kuesioner Mengenai Konformitas Teman Sebaya

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya selalu ikut setiap diajak pergi ke cafe atau mall oleh teman					
2	Saya merasa senang jika saya diajak pergi oleh teman saya					
3	Saya tidak akan pergi ke cafe atau mall dengan teman jika sedang ada tugas sekolah walaupun teman-teman memaksa					
4	Saya tidak bersemangat ketika teman teman saya mengajak saya pergi					
5	Saya mengikuti kebiasaan-kebiasaan yang ada dalam kelompok					
6	Saya merasa lebih percaya diri jika saya mengikuti kebiasaan yang dilakukan oleh teman saya					
7	Saya hanya mengikuti kebiasaan yang ada pada kelompok yang menurut saya benar					
8	Saya tidak tertarik mengikuti kebiasaan orang lain					
9	Saya mampu menyesuaikan diri dengan teman satu kelompok					
10	Saya selalu berusaha menyesuaikan diri dengan teman teman saya					
11	Saya merasa tidak nyaman bergaul dengan teman satu kelompok					
12	Saya tidak perlu menyesuaikan diri dengan siapapun					
13	Saya selalu berusaha untuk menyeragamkan penampilan dengan teman satu kelompok					
14	Saya selalu mengikuti apa yang teman saya sedang gemari					
15	Saya menganggap penampilan teman satu kelompok bukanlah hal yang harus diikuti					
16	Saya menganggap tidak perlu mengikuti apa yang sedang di gemari teman saya					
17	Saya berusaha untuk tetap bersama-sama					

	dengan teman-teman satu kelompok					
18	Saya akan tetap membela teman teman saya ketika terjadi sesuatu kepada mereka					
19	Saya berani mengungkapkan pendapat yang berbeda dengan pendapat teman-teman saya					
20	Saya akan meninggalkan teman saya jika teman saya sedang ada masalah					
21	Saya sering meminta pendapat teman satu kelompok saat menghadapi masalah					
22	Saya suka meminta pertolongan teman saya ketika saya sedang kesulitan					
23	Saya merasa dapat menyelesaikan masalah yang saya hadapi tanpa bantuan teman-teman					
24	Saya tidak akan meminta bantuan teman saya walaupun saya sedang dalam kesulitan					
25	Saya selalu setuju dengan pendapat yang muncul dari teman satu kelompok					
26	Saya sering kali sependapat dengan teman saya dalam memecahkan masalah					
27	Saya sering berdebat dengan teman satu kelompok					
28	Saya sering tidak cocok dengan pendapat teman saya					
29	Saya selalu melakukan setiap hal yang dilakukan oleh teman					
30	Saya tidak melakukan hal yang tidak disukai teman saya					
31	Saya berani menolak apabila teman mengajak melakukan hal-hal yang tidak saya inginkan					
32	Saya tetap saja melakukan apapun sekalipun teman saya tidak suka akan hal itu					
33	Saya selalu menghindari konflik dengan teman satu kelompok					
34	Saya akan mengalah jika tidak sepaham dengan teman saya untuk menghindari terjadinya konflik					
35	Saya hanya akan mengikuti saran dan masukan dari kelompok yang menurut saya benar					
36	Saya tidak akan mau mengalah dengan teman saya walaupun akan menimbulkan pertikaian					

37	Saya mengikuti sikap dan perilaku teman satu kelompok agar saya tidak dijauhi oleh teman-teman					
38	Saya tidak akan mau mengalah dengan teman saya walaupun akan menimbulkan pertikaian					
39	Saya berani dimusuhi oleh teman satu kelompok apabila tidak sesuai dengan keinginan anggota kelompok					
40	Saya melakukan apa saja walaupun harus di mus					



No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk untuk mendapatkan voucher potongan harga.					
2	Saya membeli barang yang saya inginkan					
3	Saya hanya membeli barang yang saya butuhkan					
4	Saya memikirkan apakah yang saya inginkan penting atau tidak ketika membeli barang					
5	Saat melihat suatu barang yang bagus, saya langsung membelinya					
6	Saya langsung membeli barang yang saya mau					
7	Sebelum membeli suatu barang, saya selalu mempertimbangkannya terlebih dahulu					
8	Saya mempertimbangkan ketika membeli barang					
9	Saya membeli produk yang sedang trend agar dianggap mengikuti perkembangan zaman					
10	Saya selalu merasa perlu membeli barang yang sedang ramai di gemari orang-orang					
11	Barang yang saya beli sesuai dengan kemampuan keuangan yang saya miliki					
12	Saya tidak akan membeli barang yang sedang disukai orang-orang					
13	Saya membeli produk yang baru meskipun yang lama masih bisa digunakan					
14	Saya sering membeli barang tanpa mempertimbangkan apapun					
15	Saya tidak akan membeli barang yang baru jika barang yang lama masih bisa digunakan					
16	Saya selalu mempertimbangkan barang yang saya beli hingga saya lupa membeli barang tersebut					
17	Saat membeli suatu barang, saya lebih mementingkan merek dibandingkan kualitasnya					
18	Menurut saya merk pada suatu barang sangat penting					
19	Saya selalu membeli suatu barang berdasarkan kualitasnya					
20	Menurut saya merk terkenal tidak penting					
21	Saya berusaha untuk tetap bersama-sama dengan teman-teman satu kelompok					
22	Saya merasa bangga dan percaya diri jika saya memiliki barang yang sama dengan teman saya					
23	Saya berani mengungkapkan pendapat yang berbeda dengan pendapat teman-teman saya					
24	Saya percaya diri walaupun barang saya tidak sama dengan teman sekelompok saya					



Data Hasil Skrining Konsumtif Skala Guttman

Subjek	1	2	3	4	5	Total	Status
1	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
2	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
3	1	0	0	0	1	2	Bukan Konsumtif
4	0	1	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
5	0	0	1	0	0	1	Bukan Konsumtif
6	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
7	1	1	0	1	1	4	Konsumtif
8	0	0	1	0	0	1	Bukan Konsumtif
9	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
10	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
11	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
12	0	1	1	1	1	4	Konsumtif
13	0	0	1	0	0	1	Bukan Konsumtif
14	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
15	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
16	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
17	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
18	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
19	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
20	0	0	1	0	0	1	Bukan Konsumtif
21	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
22	0	1	0	0	1	2	Bukan Konsumtif
23	1	1	1	1	1	4	Konsumtif
24	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
25	0	1	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
26	0	1	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
27	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
28	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
29	1	0	1	1	1	4	Konsumtif
30	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
31	0	0	1	1	1	3	Konsumtif
32	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
33	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
34	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
35	1	1	0	1	1	4	Konsumtif
36	1	1	0	1	1	4	Konsumtif
37	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
38	1	1	1	1	0	4	Konsumtif
39	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
40	1	0	1	1	1	4	Konsumtif
41	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
42	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
43	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
44	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
45	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
46	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
47	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
48	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
49	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
50	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
51	0	1	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
52	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
53	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
54	0	1	1	1	0	3	Konsumtif
55	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
56	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
57	0	1	0	0	1	2	Bukan Konsumtif
58	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
59	0	1	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
60	1	0	1	1	1	4	Konsumtif
61	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
62	1	0	1	0	1	3	Konsumtif
63	0	0	0	1	1	2	Bukan Konsumtif
64	0	0	0	1	1	2	Bukan Konsumtif
65	0	1	1	0	0	2	Bukan Konsumtif
66	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
67	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
68	1	0	1	0	1	3	Konsumtif
69	0	0	1	0	0	1	Bukan Konsumtif
70	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
71	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
72	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
73	0	1	0	0	1	2	Bukan Konsumtif
74	0	0	1	1	0	2	Bukan Konsumtif
75	0	1	1	1	1	4	Konsumtif
76	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
77	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
78	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
79	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
80	0	1	1	0	0	2	Bukan Konsumtif
81	0	1	0	1	1	3	Konsumtif
82	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
83	1	1	1	1	0	4	Konsumtif
84	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
85	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
86	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
87	0	0	0	1	1	2	Bukan Konsumtif
88	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
89	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
90	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
91	1	0	1	0	1	3	Konsumtif
92	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
93	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
94	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
95	1	1	0	0	0	2	Bukan Konsumtif
96	0	1	0	0	1	2	Bukan Konsumtif
97	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
98	0	1	0	1	0	2	Bukan Konsumtif
99	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
100	0	1	0	1	0	2	Bukan Konsumtif

Subjek	1	2	3	4	5	Total	Status
101	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
102	0	1	0	1	0	2	Bukan Konsumtif
103	0	0	1	0	1	2	Bukan Konsumtif
104	1	0	0	1	0	2	Bukan Konsumtif
105	0	0	1	0	1	2	Bukan Konsumtif
106	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
107	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
108	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
109	0	1	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
110	0	0	1	0	1	2	Bukan Konsumtif
111	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
112	0	0	0	1	1	2	Bukan Konsumtif
113	1	1	1	1	0	4	Konsumtif
114	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
115	1	0	1	0	1	3	Konsumtif
116	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
117	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
118	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
119	1	1	1	0	1	4	Konsumtif
120	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
121	0	0	1	0	0	1	Bukan Konsumtif
122	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
123	1	1	1	0	0	3	Konsumtif
124	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
125	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
126	1	1	0	0	1	3	Konsumtif
127	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
128	0	1	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
129	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
130	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
131	0	0	1	0	0	1	Bukan Konsumtif
132	0	1	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
133	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
134	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
135	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
136	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
137	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
138	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
139	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
140	1	0	1	1	1	4	Konsumtif
141	0	0	1	1	0	2	Bukan Konsumtif
142	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
143	1	1	1	1	0	4	Konsumtif
144	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
145	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
146	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
147	1	0	1	0	1	3	Konsumtif
148	0	1	1	1	1	4	Konsumtif
149	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
150	1	0	1	0	0	2	Bukan Konsumtif
151	0	0	1	0	0	1	Bukan Konsumtif
152	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
153	0	1	1	1	1	4	Konsumtif
154	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
155	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
156	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
157	0	0	1	0	1	2	Bukan Konsumtif
158	1	0	1	0	0	2	Bukan Konsumtif
159	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
160	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
161	0	1	0	1	0	2	Bukan Konsumtif
162	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
163	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
164	0	1	0	1	0	2	Bukan Konsumtif
165	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
166	0	1	0	1	0	2	Bukan Konsumtif
167	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
168	0	0	0	1	0	1	Bukan Konsumtif
169	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
170	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
171	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
172	1	0	1	1	1	4	Konsumtif
173	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
174	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
175	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
176	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
177	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
178	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
179	0	0	1	0	0	1	Bukan Konsumtif
180	1	0	0	1	0	2	Bukan Konsumtif
181	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
182	1	0	0	0	0	1	Bukan Konsumtif
183	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
184	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
185	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
186	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
187	0	1	0	0	1	2	Bukan Konsumtif
188	0	0	0	0	0	0	Bukan Konsumtif
189	0	1	0	1	1	3	Konsumtif
190	0	0	0	0	1	1	Bukan Konsumtif
191	1	1	1	1	1	5	Konsumtif
192	1	1	0	1	0	3	Konsumtif
193	1	1	1	0	1	4	Konsumtif
194	1	1	1	1	1	5	Konsumtif

Skor Minimal	Skor Maksimal
0	5
Skor Mx - Skor Min	Interval
5	2.5

Kategori	Interval	frekuensi
Konsumtif	≥2.6	74
Bukan Konsumtif	0-2.5	119

Interval di ketahui dari jumlah skor maksimal di bagi 2
Karna pengkategorian terdiri dari 2 pernyataan yaitu konsumtif dan bukan konsumtif

Data Hasil Skala Konsumtif

SUBJEK	PERTANYAAN																								Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	
1	4	3	3	2	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	74
2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2	3	2	73	
3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	72	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
5	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	48	
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
7	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	3	3	4	2	2	3	3	72	
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
10	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	68	
11	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	35	
12	4	3	3	3	3	4	4	3	4	1	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	83	
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
14	4	2	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	67	
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
16	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	66	
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
18	4	3	4	4	3	3	4	2	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	4	3	3	79	
19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
21	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	67	
22	3	1	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	67	
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
24	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	77	
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
27	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	3	2	68	
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
29	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	1	65	
30	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	1	68	
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
32	4	2	3	3	4	2	3	3	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	69	
33	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	2	67	
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
35	4	4	3	3	4	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	79	
36	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	1	68	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
39	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	67	
40	3	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	3	3	2	2	40	
41	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	78	
42	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	71	
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
44	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	1	67	
45	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	67	
46	2	1	3	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	4	3	46	
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
48	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	67	
49	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	60	
50	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	67	
51	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	73	
52	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	67	
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
54	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3	1	2	1	1	2	2	3	3	1	44	
55	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	1	4	1	67	
56	4	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	68	
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96	
58	2	4	3	4	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	49	
59	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
60	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
61	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	78	
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
64	2	1	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	3	2	50	
65	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
66	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	1	3	4	1	4	2	2	1	1	2	3	67	
67	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
68	3	2	3	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	3	4	3	2	1	3	4	3	50	
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	75	
70	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	73	
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
72	3	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	3	3	3	3	3	3	3	47	
73	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	72	
74	3	1	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	4	2	2	2	1	4	4	3	3	2	49	

LAMPIRAN 7

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

Scale: KONSUMTIF

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	74	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.966	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KONS1	3.27	.584	74
KONS2	2.67	.783	74
KONS3	3.04	.512	74
KONS4	2.99	.612	74
KONS5	2.95	.685	74
KONS6	2.67	.708	74
KONS7	2.97	.600	74
KONS8	2.89	.698	74
KONS9	3.03	.707	74
KONS10	2.58	.848	74
KONS11	3.01	.612	74
KONS12	3.04	.564	74
KONS13	2.90	.730	74
KONS14	2.90	.670	74
KONS15	2.95	.621	74

KONS16	2.97	.623	74
KONS17	2.92	.640	74
KONS18	2.92	.759	74
KONS19	3.08	.571	74
KONS20	3.01	.514	74
KONS21	3.16	.578	74
KONS22	2.67	.883	74
KONS23	3.16	.527	74
KONS24	2.64	.888	74

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KONS1	67.14	137.148	.220	.965
KONS2	67.74	131.945	.746	.964
KONS3	67.37	136.403	.778	.964
KONS4	67.42	134.470	.783	.964
KONS5	67.47	132.141	.848	.963
KONS6	67.74	132.112	.820	.964
KONS7	67.44	133.277	.890	.963
KONS8	67.52	132.670	.796	.964
KONS9	67.38	132.351	.807	.964
KONS10	67.84	129.834	.797	.964
KONS11	67.40	133.215	.876	.963
KONS12	67.37	134.209	.876	.964
KONS13	67.51	131.170	.854	.963
KONS14	67.51	135.809	.622	.966
KONS15	67.47	132.975	.880	.963
KONS16	67.44	134.472	.769	.964
KONS17	67.49	133.115	.842	.964
KONS18	67.49	130.781	.841	.963
KONS19	67.33	135.918	.730	.965
KONS20	67.40	139.354	.524	.966
KONS21	67.25	138.605	.517	.966

KONS22	67.74	137.556	.369	.969
KONS23	67.25	138.716	.561	.966
KONS24	67.77	133.876	.250	.967

$$24 - 2 = 22 \times 4 + 22 \times 1 / 2 = 55$$

Scale: KONFORMITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	74	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	74	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.969	40

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
K1	3.21	.473	74
K2	3.07	.484	74
K3	3.17	.375	74
K4	3.12	.373	74
K5	3.12	.442	74
K6	3.11	.461	74
K7	3.12	.442	74
K8	3.11	.396	74

K9	3.11	.461	74
K10	3.18	.484	74
K11	3.17	.504	74
K12	3.14	.564	74
K13	3.12	.529	74
K14	3.15	.433	74
K15	3.14	.484	74
K16	3.06	.528	74
K17	3.19	.464	74
K18	3.10	.381	74
K19	3.14	.512	74
K20	3.24	.489	74
K21	3.19	.521	74
K22	3.06	.648	74
K23	3.15	.433	74
K24	3.19	.521	74
K25	3.19	.432	74
K26	3.15	.494	74
K27	3.14	.484	74
K28	3.18	.422	74
K29	3.18	.513	74
K30	3.10	.508	74
K31	3.14	.512	74
K32	3.14	.512	74
K33	3.24	.569	74
K34	3.07	.565	74
K35	3.22	.481	74
K36	3.19	.521	74
K37	3.19	.432	74
K38	3.22	.481	74
K39	3.24	.459	74
K40	3.28	.481	74

Item-Total Statistics

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/9/24

79

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)10/9/24

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
K1	123.04	163.111	.556	.969
K2	123.18	162.206	.617	.968
K3	123.08	161.965	.832	.968
K4	123.12	161.857	.849	.968
K5	123.12	161.773	.719	.968
K6	123.14	161.220	.735	.968
K7	123.12	161.463	.747	.968
K8	123.14	161.614	.823	.968
K9	123.14	160.882	.765	.968
K10	123.07	160.939	.722	.968
K11	123.08	160.303	.745	.968
K12	123.11	161.452	.577	.969
K13	123.12	159.970	.732	.968
K14	123.10	160.709	.833	.967
K15	123.11	160.945	.723	.968
K16	123.19	161.539	.614	.968
K17	123.06	160.983	.752	.968
K18	123.15	161.258	.893	.967
K19	123.11	162.185	.583	.968
K20	123.01	161.281	.686	.968
K21	123.06	161.912	.293	.968
K22	123.19	160.131	.580	.969
K23	123.10	161.413	.768	.968
K24	123.06	160.560	.698	.968
K25	123.06	162.504	.667	.968
K26	123.10	162.202	.604	.968
K27	123.11	161.565	.671	.968
K28	123.07	162.939	.643	.968
K29	123.07	162.460	.561	.969
K30	123.15	161.878	.612	.968
K31	123.11	160.156	.743	.968
K32	123.11	161.959	.601	.968

K33	123.01	162.972	.265	.969
K34	123.18	161.728	.557	.969
K35	123.03	163.436	.519	.969
K36	123.06	162.898	.517	.969
K37	123.06	163.433	.581	.968
K38	123.03	162.084	.631	.968
K39	123.01	162.887	.593	.968
K40	122.97	164.506	.430	.969

$$40 - 2 = 38 \times 4 + 38 \times 1 / 2 = 95$$



LAMPIRAN 8

UJI NORMALITAS

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		konsumtif	konformitas
N		74	74
Normal Parameters ^a	Mean	67.47	121.97
	Std. Deviation	11.034	12.470
Most Extreme Differences	Absolute	.229	.260
	Positive	.229	.243
	Negative	-.228	-.260
Kolmogorov-Smirnov Z		1.968	2.210
Asymp. Sig. (2-tailed)		.431	.312
a. Test distribution is Normal.			

LAMPIRAN 9

UJI LINEARITAS

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
konsumtif * konformitas	74	100.0%	0	0.0%	74	100.0%

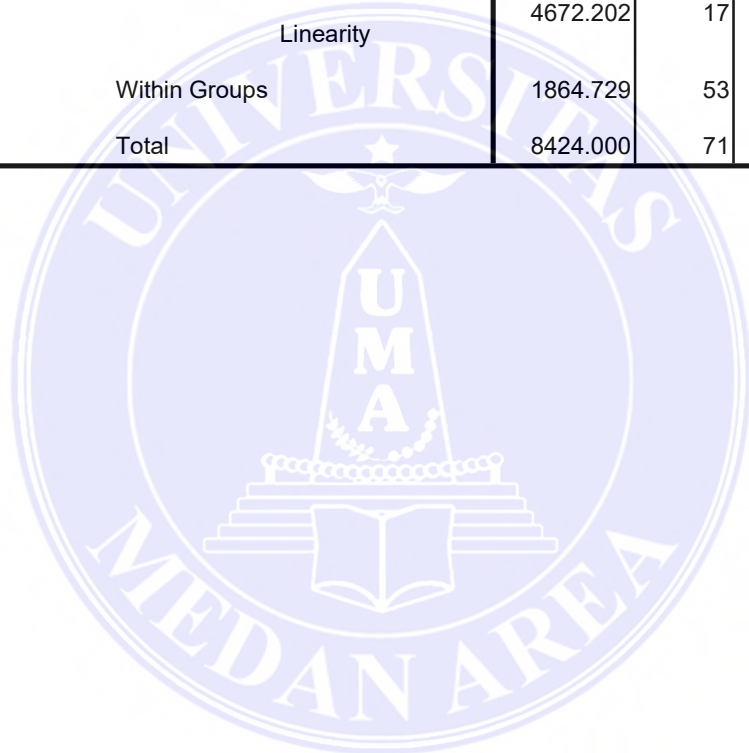
Report

konsumtif			
konformitas	Mean	N	Std. Deviation
96	72.00	1	.
101	69.00	1	.
107	55.00	1	.
109	66.00	1	.
114	64.71	31	2.003
115	58.80	5	7.727
116	61.50	4	1.000
117	64.00	2	2.828
118	66.00	3	4.583
120	57.33	3	13.279
121	56.50	2	13.435
122	59.00	3	14.422
123	71.50	2	6.364
124	72.00	1	.
125	45.00	1	.
127	40.00	1	.
128	43.00	1	.
130	36.00	1	.

152	85.12	8	8.132
Total	67.67	74	11.034

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
konsumtif * konformitas	Between Groups	(Combined)	6559.271	18	364.404	10.357	.000
		Linearity	1887.069	1	1887.069	53.635	.000
		Deviation from Linearity	4672.202	17	274.835	7.811	.422
	Within Groups		1864.729	53	35.184		
Total			8424.000	71			



LAMPIRAN 10

UJI HIPOTESIS

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
konsumtif * konformitas	.573	.452	.882	.779

Correlations


Correlations

		konsumtif	konformitas
konsumtif	Pearson Correlation	1	.573**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	74	74
konformitas	Pearson Correlation	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	74	74

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

LAMPIRAN 11

SURAT IZIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolang 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 : 436/FPSI/01.10/II/2024
Lampiran : -
Hal : Penelitian

12 Februari 2024

Yth. Bapak/Ibu Kepala
SMA Taman Siswa Bah Jambi
di
Tempat

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

Nama : Adinda Dhita Syah Putri
NPM : 178600151
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi


untuk melaksanakan pengambilan data di SMA Taman Siswa Bah Jambi, Jl. Cempaka, Pdk. Sejahtera, Bah Jambi I, Kec. Jawa Maraja Bah Jambi, Kab. Simalungun guna penyusunan skripsi yang berjudul "*Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMA Taman Siswa Bah Jambi*".

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 Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada SMA Taman Siswa Bah Jambi yang Bapak/Ibu pimpin.


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

An. Dekan
Ketua Program Studi Psikologi



Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip



LAMPIRAN 12

SURAT KETERANGAN SELESAI MELAKUKAN PENELITIAN

**PERGURUAN TAMANSISWA
CABANG BAH JAMBI**
Bagian : Taman Madya (SMA)
Alamat : Bah Jambi, Pos Bangun 21153
Bank : BPD SUMUT No Rek. 204.02.04.0008203
Email : tamansiswa_bahjambi@yahoo.com

SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN
Nomor : Cab.1110/105.SMA/TSBJ/2024

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nyi Harlita, S.Pd, MM.
Jabatan : Kepala Sekolah
Alamat : Jl. Matahari, Pdk. Sejahtera Bah Jambi, Kec. Jawa Maraja Bah Jambi.

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa dibawah ini :

Nama : Adinda dhita Syah Putri
NPM : 178600151
Alamat : Jl. Flamboyan I, Taman Asoka Asri, Blok A27.
Jenis Kelamin : Perempuan
Jurusan : Psikologi

Benar-benar telah menyelesaikan penelitian di SMA Swasta Tamansiswa Bah jambi, terhitung mulai tanggal 17 Februari 2024 s/d 29 Februari 2024 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di SMA Swasta Tamansiswa Bah Jambi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bah Jambi, 29 Februari 2024
Kepala Sekolah,


NYI HARLITA, S.Pd,MM.



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/9/24

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)10/9/24