

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA
STAMBUK 2021**

SKRIPSI

OLEH:

**JENNI ANGGRIANI PERNIS HARITA
198600397**



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/3/26

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 (repositori.uma.ac.id)12/3/26

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA
STAMBUK 2021**

SKRIPSI

*Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Difakultas Psikologi
Universitas Medan Area*

OLEH:

JENNI ANGGRIANI PERNIS HARITA

19.860.0397

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2025**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

Document Accepted 12/3/26

Access From (repositori.uma.ac.id)12/3/26

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku
Konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area
Stambuk 2021

Nama : Jenni Anggriani Pernis Harita
NPM : 19.860.0387
Bagian : Psikologi Industri dan Organisasi

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing

Faadhil, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Pembimbing


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

Faadhil, S.Psi., M.Psi., Psikolog

Ketua Program Studi

Tanggal Lulus: 19 September 2025



HALAMAN PERNYATAAN

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

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

Medan, 25 Agustus 2025
Yang Menyatakan



(Jenni Anggriani Pernis Harita)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jenni Anggriani Pernis Harita

NPM : 19.860.0387

Program Studi : Ilmu Psikologi

Fakultas : Psikologi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hal Bebas Royalti Non Eksklusif (Non-exclusif Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini di Universitas Medan Area berhak menyimpan, menggali media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 25 Agustus 2025
Yang Menyatakan



(Jenni Anggriani Pernis Harita)

ABSTRAK

Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021

Jenni Anggriani Pernis Harita

19.860.0387

Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah konformitas teman sebaya memiliki hubungan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Sampel penelitian ini sebanyak 88 orang. Skala dalam penelitian ini menggunakan model skala likert dengan dua skala, yaitu skala konformitas teman sebaya dan skala perilaku konsumtif. Metode analisis data menggunakan analisis korelasi *Product Moment*. Berdasarkan perhitungan analisis *r Product Moment* dengan nilai koefisien (r_{xy}) = 0,594 dan koefisien (r^2) = 0,431 dengan $p = 0,001 < 0,05$. Hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi konformitas teman sebaya maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi. Konformitas teman sebaya berkontribusi sebesar 43,1% terhadap perilaku konsumtif. Hasil lain yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa konformitas teman sebaya pada mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021 tergolong sedang dengan nilai rata-rata empirik yang diperoleh yaitu 43,84. Sedangkan perilaku konsumtif juga terindikasi sedang dengan nilai rata-rata empirik yang diperoleh yaitu 46,02.

Kata Kunci: Konformitas Teman Sebaya, Perilaku konsumtif, Mahasiswa Psikologi

ABSTRACT

The Correlation Between Peer Conformity and Consumptive Behavior in Psychology Students of Medan Area University Stambuk 2021

Jenni Anggriani Pernis Harita

19.860.0387

This study aims to see whether peer conformity has a relationship with consumer behavior in Psychology students of Medan Area University Stambuk 2021. The hypothesis of this study is that there is a significant positive relationship between peer conformity and consumer behavior. The sample of this study was 88 people. The scale in this study uses the Likert Scale model with two scales, namely the peer conformity scale and the consumer behavior scale. The data analysis method uses Product Moment correlation analysis. Based on the analysis of the calculation of r Product Moment with a coefficient value (r_{xy}) = 0.594 and a coefficient (r^2) = 0.431 with $p = 0.001 < 0.05$. These results indicate that the hypothesis proposed in this study is accepted, namely that there is a positive relationship between peer conformity and consumer behavior. This means that the higher the peer conformity, the higher the consumer behavior. Peer conformity contributes 43.1% to consumer behavior. Another result obtained from this study is that peer conformity in Psychology students at the University of Medan Area Stambuk 2021 is classified as moderate with an empirical average value obtained of 43.84. Meanwhile, consumptive behavior is also indicated as moderate with an empirical average value obtained of 46.02.

Keyword: *Peer Conformity, Consumer Behavior, Psychology Students*

RIWAYAT HIDUP

Peneliti bernama Jenni Anggraini Pernis Harita, lahir di Medan pada tanggal 12 Januari 2002 dari Ayah Deveredo Harita dan Ibu Swindi Satria Ervina. Peneliti merupakan anak ke-1 dari 7 bersaudara. Peneliti memiliki 5 adik perempuan dan 1 adik laki-laki. Adapun riwayat pendidikan Peneliti, yaitu 2013 Peneliti tamat dari SD Negeri 071108, kemudian pada tahun 2016 Peneliti tamat dari SMP negeri 1 Toma Kabupaten Nias, kemudian pada tahun 2019 Peneliti tamat dari SMA negeri 1 Toma Kabupaten Nias. Dan setelah tamat dari bangku sekolah Peneliti melanjutkan pendidikan di salah satu perguruan tinggi di Universitas Medan Area program studi S1 jurusan Psikologi pada tahun 2019.

Selama perkuliahan berlangsung Peneliti termasuk aktif dalam mengikuti beberapa kegiatan kampus. Salah satunya organisasi internal seperti Komunitas Mahasiswa Kristen Psikologi Universitas Medan Area (KMKP-UMA) beserta kepanitiaan yang diselenggarakan didalam internal tersebut seperti kegiatan Natal dan *Family Gathering*.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti mengucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan-Nya, penyusun dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku konsumtif Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021”.

Terimakasih Peneliti sampaikan kepada Bapak Faadhil, S.Psi, M.Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing Peneliti yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada Peneliti. Terimakasih kepada Ibu Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi, Psikolog selaku dekan fakultas psikologi Universitas Medan Area. Terimakasih kepada Ibu Laili Alfitah, S.Psi., MM, M.Psi, Psikolog selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik dan Gugus Jaminan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Terimakasih kepada Ibu Ira Kusuma Dewi, S.psi, M. Psi, selaku ketua panitia seminar peneliti dan Ibu Yunita, S.Pd., M.Psi., Kons, selaku dosen penguji seminar Peneliti yang telah memberikan saran serta masukan untuk menyempurnakan karya ilmiah ini. Terimakasih kepada Ibu Eva Yulina, S.Psi, M.Psi Selaku dosen sekretaris dalam seminar yang membantu Peneliti menyempurnakan karya ilmiah ini.

Peneliti sepenuhnya menyadari karya tulis ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari materi pembahasan baik tata bahasanya, karena keterbatasan pengetahuan dan kemampuan peneliti untuk itu dengan segala kerendahan hati peneliti bersedia menerima kritik dan saran bersifat membangun dari semua pihak dalam kesempurnaan peneliti.

DAFTAR PUSTAKA

HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	xi
RIWAYAT HIDUP	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR PUSTAKA	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Hipotesis Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Perilaku Konsumtif.....	9
2.1.1 Definisi Perilaku Konsumtif.....	9
2.1.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif	10
2.1.3 Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif	14
2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	17
2.2 Konformitas	26
2.2.1 Definisi Konformitas.....	26
2.2.2 Aspek-Aspek Konformitas	27
2.2.3 Ciri-Ciri Konformitas	31
2.2.4 Jenis-Jenis Perilaku Konformitas.....	33
2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konformitas	35
2.3 Hubungan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif.....	37

2.4 Kerangka Konseptual.....	40
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1 Waktu Dan Tempat Penelitan	41
3.1.1 Waktu Penelitian	41
3.1.2 Tempat Penelitian	41
3.2 Bahan dan Alat	41
3.3 Metodologi Penelitian.....	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel	43
3.3.3 Prosedur Kerja	43
3.3.4 Teknik Pengambilan Sampel	43
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.4.1 Skala Perilaku Konsumtif.....	44
3.4.2 Skala Konformitas Teman Sebaya	45
3.5 Validitas dan Reliabilitas	46
3.5.1 Uji Validitas	46
3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.6 Metode Analisis Data	47
3.6.1 Uji Korelasi.....	47
3.6.3 Uji Asumsi.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Analisis Data	50
4.1.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
4.1.2 Uji Asumsi.....	55
4.1.2 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik.....	58
4.2 Pembahasan.....	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1 Simpulan	69
5.2 Saran	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jadwal Penelitian	41
Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Psikologi UMA Stambuk 2021	42
Tabel 3. Data Jenis Kelamin Mahasiswa Psikologi UMA Stambuk 2021	50
Tabel 4. Data Kelas Mahasiswa Psikologi UMA Stambuk 2021	51
Tabel 5. Data Umur Mahasiswa Psikologi UMA Stambuk 2021	51
Tabel 6. Data Domisili Mahasiswa Psikologi UMA Stambuk 2021	52
Tabel 7. Distribusi Butir Skala Konformitas Teman Sebaya.....	53
Tabel 8. Distribusi Butir Skala Perilaku Konsumtif	54
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas.....	55
Tabel 10. Hasil Uji Normalitas Sebaran.....	56
Tabel 11. Hasil Uji Linearitas.....	56
Tabel 12. Hasil Uji Hipotesis Korelasi <i>Product Moment</i>	57
Tabel 13. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik.....	61

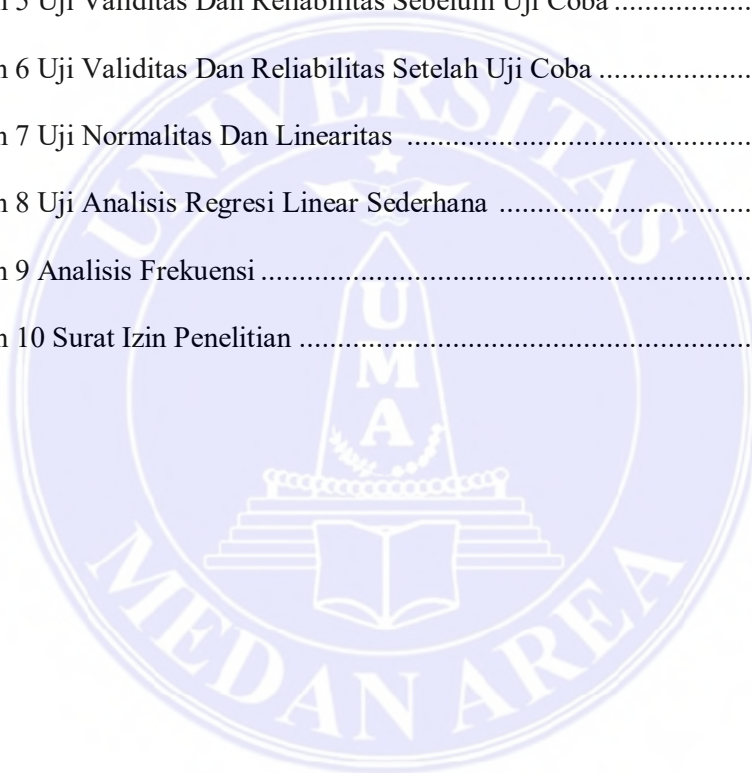
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kurva Normal Variabel Konformitas Teman Sebaya	57
Gambar 2. Kurva Normal Variabel Perilaku Konsumtif.....	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Skala Konformitas Teman Sebaya	74
Lampiran 2 Skala Perilaku Konsumtif	77
Lampiran 3 Data Mentah Sebelum Uji Coba.....	80
Lampiran 4 Data Mentah Setelah Uji Coba	88
Lampiran 5 Uji Validitas Dan Reliabilitas Sebelum Uji Coba	96
Lampiran 6 Uji Validitas Dan Reliabilitas Setelah Uji Coba	101
Lampiran 7 Uji Normalitas Dan Linearitas	104
Lampiran 8 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	108
Lampiran 9 Analisis Frekuensi	111
Lampiran 10 Surat Izin Penelitian	113



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang yang benar-benar dibutuhkan, dan hanya untuk mencoba produk tersebut Ancok, (2015). Sedangkan menurut Fryzia (2014) perilaku konsumtif diartikan sebagai kecenderungan mengkonsumsi barang secara berlebihan tanpa berbagai pertimbangan, dimana seseorang hanya melihat dari sisi kesenangan dan mementingkan prioritas dari pada kebutuhan. Menurut Efendi (2016) perilaku konsumtif merupakan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mengedepankan keinginan daripada kebutuhan. Individu yang berperilaku konsumtif bersifat *rasional* biasanya memiliki ciri-ciri cepat tertarik dengan iklan dan promosi, mengoleksi produk bermerek atau *branded* yang sudah dikenal luas, memiliki produk bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan gengsi atau *prestise*. Munculnya perilaku konsumtif pada Mahasiswa Universitas Medan Area dipicu oleh lingkungan pergaulan misalnya untuk dapat diterima di lingkungan pergaulannya, maka mahasiswa tersebut akan berusaha membuat standar hidup yang sama dengan orang-orang yang ada disekelilingnya.

Masa dewasa merupakan masa yang penting dalam pencapaian identitas diri, dimana seorang dewasa cenderung terlihat dalam pertemanan sebaya (*peer group*) sebagai kelompok sosial atau kelompok referensi. Dewasa senantiasa mengikatkan diri pada suatu kelompok, karena suatu kelompok memiliki tuntutan yang harus dipenuhi oleh setiap seseorang yang ingin bergabung. Perilaku seperti

itu merupakan ekspresi perasaan yang ingin diterima oleh lingkungan sosialnya atau merupakan pantulan “gengsi” agar diterima oleh pihak lain terutama oleh teman sebaya Zebua & Nurdjadi, (2001). Pada masa dewasa umumnya akan merasakan lebih ingin dekat dengan teman sebayanya dari pada keluarganya, akan mendorong dirinya untuk terbuka terhadap teman-temannya termasuk apa yang ada dalam dirinya, termasuk salah satu gaya dalam berpenampilan juga keputusan dalam membeli barang barang yang bermerek. Gaya dalam membeli barang barang bermerek dapat dengan mudah mereka atur dengan perilaku konsumtif dimana mereka akan lebih mementingkan keinginan nya dibandingkan kebutuhan nya. Perilaku boros dan *hedonisme* yang mulai timbul dan dikontrol, adanya kecemburuan sosial lantaran melihat gaya hidup dan barang yang dimiliki orang lain, sehingga menimbulkan keinginan untuk meniru dan membelinya, mengurangi kesempatan manabung, dan cenderung tidak mampu menyiapkan kebutuhan mendatang.

Perilaku konsumtif meliputi seluruh kelompok masyarakat tidak terkecuali para Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area. Predikat konsumtif biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli barang di luar kebutuhan, tetapi sudah taraf keinginan yang berlebihan. Contoh perilaku konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area adalah ditemukan nya mahasiswa yang membeli barang-barang diluar kebutuhan misalnya mahasiswa yang rela membeli pakaian yang bermerek demi mengikuti teman- temannya dan di dasari dengan gengsi, banyak mahasiswa yang menggunakan uang kost dan uang kuliah untuk memenuhi kesenangan. Hal ini tidak hanya dilakukan sekali atau dua kali, Namun Mahasiswa dapat melakukan perilaku konsumtif ini lebih dari tiga kali

dalam sebulan sesuai dengan ajakan teman sebayanya (Hasil Observasi, 27 Januari 2023).

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

Irmasari (2010) mengatakan bahwa perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif. Dampak negatif perilaku konsumtif antara lain kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial muncul karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut di perlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya di bandingkan menyisihkan untuk di tabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya dimasa yang akan datang.

Menurut Sumartono (2002) faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku

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

Konformitas adalah tuntutan dari kelompok teman sebaya yang memiliki pengaruh yang kuat, serta dapat memunculkan perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok tersebut Zebua & Nurdjaya, (2001). Myers (2012) konformitas adalah menyamakan perilaku dengan kelompok acuan sehingga dapat terhindar dari celaan maupun keterasingan. Myers (2012) juga menambahkan bahwa konformitas pada suatu kelompok mampu membuat individu berperilaku sesuai dengan keinginan kelompok dan membuat individu melakukan sesuatu yang berada diluar keinginan kelompok dan membuat individu melakukan sesuatu yang berada di luar keinginan individu tersebut. Dalam hal ini, terdapat suatu pengaruh dari kelompoknya maka akan mengikuti apa yang dilakukan oleh kelompoknya.

Adapun bentuk-bentuk konformitas menurut Myers (2012) adalah: a). Penerimaan (*acceptance*) yaitu ketika individu bertindak dan meyakini sesuai tekanan sosial baik dari individu atau kelompok. b). Pemenuhan (*compliance*) yaitu konformitas atas permintaan atau tekanan sosial tahi individu tidak meyetujui. c). Kepatuhan (*obedience*) yaitu bertindak sesuai dengan perintah

langsung.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti, hal ini dialami sendiri oleh salah satu Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area, dimana mahasiswa merasa jika dirinya memiliki sifat yang boros karena sering membeli barang-barang atau baju-baju yang lucu di mall atau di *online shop*, sementara bajunya masih banyak di rumah yang tidak pernah dipakainya bahkan masih memiliki label. Hal ini dikarenakan mahasiswa tidak dapat mengontrol dirinya ketika diajak temannya untuk membeli barang-barang lucu dan unik, khususnya sepatu. Mahasiswa akan langsung membeli barang tersebut dikarenakan takut merasa menyesal dan terbayang apabila tidak membelinya (IM, Hasil Wawancara, 27 Januari 2023).

Salah satu mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang berinisial AP juga menyatakan bahwa beberapa mahasiswa merasa tidak nyaman jika memakai pakaian yang tidak *matching*, misalnya ketika menggunakan baju warna pink, maka dari atas kepala sampai ujung kaki semua harus ada unsur pinknya. Terlebih lagi ketika pergi dengan teman, biasanya mahasiswa akan berusaha untuk paling cantik dan *matching* dari atas sampai bawah. Sehingga beberapa mahasiswa memiliki hampir semua warna baju, jilbab, sepatu dan tas (AP, Hasil Wawancara, 27 Januari 2023).

Meninjau dari wawancara yang telah dilakukan, pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area adalah para mahasiswa cenderung menunjukkan perilaku konsumtif. Ini terlihat dari kebiasaan membeli yang berlebihan.

Perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Stambuk 2021 disebabkan adanya konformitas teman sebaya. Beberapa mahasiswa terlihat tidak ingin ketinggalan *trend* oleh teman-temannya. Mahasiswa kerap membeli barang-barang yang sesuai *trend* mengikuti zaman. Adanya konformitas teman sebaya seperti ajakan teman untuk membeli barang-barang yang sama, ataupun rekomendasi dari teman tentang kualitas suatu produk atau barang menyebabkan individu mengikuti apa yang direkomendasikan oleh temannya, sehingga terkadang mahasiswa membeli suatu barang tanpa melihat nilai barang tersebut sesuai kebutuhannya atau tidak (Hasil Wawancara dan Observasi, 2 Oktober 2024).

Hasil observasi di atas, dapat dilihat bahwasanya terdapat hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Sebagaimana hasil penelitian Khafida dan Hidayati (2020) dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Hubungan yang positif tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya sebaliknya semakin rendah konformitas teman sebaya maka semakin rendah pula perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mela/kukan penelitian yang berjudul tentang “Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah di ungkapkan, maka rumusan masalah dari penelitian tersebut adalah “Adakah hubungan antara konformitas

teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Angkatan 2021.

1.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah: Adanya hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Dengan asumsi: Semakin tinggi konformitas teman sebaya, maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021. Sebaliknya Semakin rendah konformitas teman sebaya, maka semakin rendah perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021.

1.5 Manfaat Penelitian

a) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan agar memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi ilmu psikologi khususnya bidang psikologi industri organisasi mengenai hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pustaka dan menjadi bahan peneliti-peneliti berikutnya dimasa yang akan datang.

b) Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini yaitu penelitian ini di harapkan dapat memberikan informasi kepada pembaca tentang hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Selain itu manfaat bagi peneliti selanjutnya yaitu di harapkan tulisan ini dapat menjadi referensi penelitian yang berkaitan dengan hubungan antara koformitas dengan perilaku konsumtif.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Konsumtif

2.1.1 Definisi Perilaku Konsumtif

Menurut Lubis dan Sumartono (2002) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak di dasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Artinya belum habis suatu produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli produk dikarenakan banyak orang yang menggunakan produk tersebut.

Menurut Sumartono dalam Vitra (2016) definisi perilaku konsumtif sangatlah variatif tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa mempertimbangkan atas dasar kebutuhan pokok, salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konformitas.

Ancok (1995) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku untuk membeli barang yang tidak di butuhkan tanpa melihat fungsinya utama dari barang tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa individu cenderung membeli barang berdasarkan keinginan, di mana bagi sebagian orang kebutuhan sekunder berubah menjadi kebutuhan primer.

Cahyana (1995) memberi definisi perilaku konsumtif sebagai tindakan yang di lakukan dalam mengkonsumsi berbagai macam barang yang merupakan keinginan. Servian (1983) juga mengungkapkan perilaku konsumtif menyebabkan

orang selalu merasa tidak puas dan lebih peduli pada keinginannya bagaimanapun cara untuk mendapatkannya.

Berdasarkan defenisi para ahli mengenai perilaku konsumtif yang di jelaskan pada paragraf sebelumnya, Peneliti menyimpulkan, bahwa perilaku konsumtif merupakan pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh suatu keinginan berupa pembelian barang dan jasa untuk memenuhi kesenangan semata dan tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional.

2.1.2 Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Fromm (dalam Wulandari, 2019) adalah :

- a. Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*), aspek ini menunjukkan bahwa seorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tibatiba/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 didasari adanya kebutuhan yang jelas.
- c. Mencari kesenangan (*Non rational buying*), suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.

Menurut Lina, Rosyid dan Anindya Nurratri, (2012) menyebutkan bahwa ada tiga aspek perilaku konsumtif, yaitu :

a. Aspek pembelian *impulsive*

Merupakan pembeli yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul secara tiba-tiba.

b. Aspek pembelian tidak rasional

Merupakan pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikutu *mode*. Menurut Sofian Assauri, (2011) yang termasuk ke dalam pembelian tidak rasional antara lain adalah:

- 1) Kebanggaan karena penampilan pribadinya.
- 2) Pencapaian status sosial.
- 3) Untuk terhindar dari keadaan bahaya atau ancaman.
- 4) Ingin mendapatkan pengakuan.
- 5) Ingin menaikkan kedudukan.

c. Aspek pembelian boros atau berlebihan

Merupakan pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen. Barang yang diberi biasanya memiliki harga yang mahal.

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

Sumartono (2002) menjeaskan dalam perilaku konsumtif kedalam delapan aspek, yaitu :

a. Membeli barang karena hadiah yang menarik

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya, namun hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan. Individu yang berperilaku konsumtif akan lebih mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang menawarkan bonus atau hadiah dari pembelian yang dilakukannya. Contohnya adalah membeli dua baju untuk mendapatkan satu baju gratis dari pembelian tersebut. Aspek tersebut juga dapat diketahui melalui aktivitas membeli sejumlah barang untuk mendapatkan kupon belanja yang dapat ditukarkannya.

b. Membeli barang karena kemasannya yang menarik

Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasan yang berbeda dari yang lainnya, kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat individu membeli barang tersebut. Contohnya adalah dengan membeli buku karena *cover* dari buku tersebut penuh dengan warna dan menarik meskipun buku tersebut tidak dibutuhkan.

c. Membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi

Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan. Perilaku konsumtif juga dapat ditunjukkan dari perilaku individu yang sengaja membeli barang-barang mahal dan bermerek untuk dapat dipandang lebih dari teman-temannya.

d. Membeli barang karena ada program potongan harga

Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan

tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik. Program potongan harga yang sengaja diberikan oleh pusat pembelanjaan menjadi tawaran yang menarik pada individu yang membeli barang yang tidak dibutuhkan saat menarik pada individu yang berperilaku konsumtif. Contohnya adalah seringnya individual membeli barang yang tidak dibutuhkan saat tersedia program potongan harga dipusat pembelanjaan.

e. Membeli barang untuk menjaga status social

Individual menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya. Individu yang berperilaku konsumtif akan cenderung membeli barang- barang yang mahal dan bermerek untuk mencerminkan bahwa dirinya adalah individu dengan status sosial yang baik.

f. Membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang.

Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model iklan tersebut adalah seseorang idola dari pembeli. Pembelian tanpa adanya pertimbangan yang rasional juga dapat ditunjukkan melalui perilaku individu yang membeli suatu barang karena tertarik melihat pakaian tersebut sama dengan yang digunakan oleh idolannya.

g. Membeli barang dengan harga mahal karen akan menambah nilai rasa percaya diri yang lebih tinggi

Individu membeli barang atau produk bukan karena berdasarkan kebutuhannya, akan tetapi memiliki harga yang mahal untuk menambah perilaku konsumtifnya. Pembelian barang-barang yang mahal dan bermerek sering dilakukan oleh individu yang berperilaku konsumtif.

Contohnya adalah sengaja membeli tas bermerek hanya untuk mendapatkan kepuasan pribadi saat menggunakan tas tersebut didepan teman-temannya.

h. Membeli barang dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda

Membeli barang sejenis dengan merek berbeda akan menimbulkan pemborosan karena individu hanya cukup memiliki satu barang saja. Individu yang cenderung berperilaku konsumtif biasanya sering melakukan pembelian barang-barang sejenis. Contohnya adalah dengan membeli dua sepatu yang modelnya sama pada merek berbeda.

Melalui penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif memuat delapan aspek. Aspek-aspek perilaku konsumtif, yaitu a) membeli barang karena kemasannya yang menarik, b) membeli barang karena untuk menjaga diri dan gengsi, c) membeli barang karena ada program potongan harga, d) membeli barang yang dianggap menjaga status sosial, e) membeli barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang, f) membeli barang dengan harga mahal akan memberi penilaian rasa percaya diri yang tinggi, dan g) membeli barang dari dua barang sejenis dengan merek yang berbeda. Pada penelitian ini, peneliti mengacu pada aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Fromm (dalam Wulandari, 2019).

2.1.3 Ciri-Ciri Perilaku Konsumtif

Menurut santosa dalam Anindya Nurrati, (2012) ciri-ciri orang yang berperilaku konsumtif antara lain:

a. Membeli barang karena ingin mengikuti trend

Dengan adanya tren, seseorang dipaksa untuk tetap melakukan pembelian barang, bukan karena mendapatkan manfaat barang tersebut akan tetapi lebih karena ingin mengikuti tren. Suatu tren selalu berganti menjadikan seseorang diharuskan untuk membuang barang-barang mereka yang sudah ketinggalan tren agar segera diganti dengan barang-barang yang sesuai dengan tren yang baru.

b. Membeli barang sebagai sistem pemberian upah (*self reward system*)

Sebagai orang menganggap bahwa melakukan pembelian barang adalah sistem pemberian upah (*self reward system*) terbaik dari kehidupan mereka. Seseorang dipaksa untuk memiliki pandangan bahwa seseorang yang berhasil adalah seseorang yang membeli barang mahal. Hal tersebut menjadikan seseorang membeli barang secara berlebihan.

c. Membeli barang bisa menyelesaikan masalah

Semua masalah akan dapat terselesaikan dengan pembelian barang-barang dengan kualitas dan kuantitas yang berbeda. Jika masalah tersebut kecil, mereka hanya perlu membeli barang yang hanya relatif murah. Sebaliknya, jika masalah yang dihadapinya semakin besar pula. Jika mereka hadapi, hal ini akan mengharuskan mereka membeli barang mahal pula.

d. Membeli barang yang hanya sekedar menjaga identitas diri

Seseorang akan terus menerus melakukan pembelian barang ketika mereka menganggap bahwa barang-barang yang mereka miliki adalah sumber utama bagi identitas diri mereka. Seseorang yang seperti ini,

melakukan pembelian hanya ingin membuat identitas mereka terlihat baik didepan orang banyak.

- e. Membeli hanya berfokus pada barang-barang yang mereka miliki

Seseorang dipaksa untuk terus menerus membeli barang apabila mereka dapat diarahkan untuk hidup hanya berfokus pada barang-barang. Semua waktu, tenaga dan uang diarahkan hanya untuk mendapatkan barang-barang.

- f. Membeli barang yang tidak terkontrol karena menguatkan keinginan

Keinginan seseorang ditentukan hanya untuk melakukan pembelian tanpa memperdulikan apapun. Keinginan tersebut muncul karena pengiklanan di televisi yang secara terus-menerus menyerang kesadaran mereka samapai mereka samapai mereka akan melakukan apapun juga untuk mendapatkan barang yang diiklankan.

Menurut Handoko, Swasta dan Endah Prabaningtyas Nurul Pratiwi, (2012) ciri-ciri seseorang yang memiliki perilaku konsumtif adalah sebagai berikut

- a. Keinginan individu untuk membeli barang yang kurang diperlukan bahkan tidak diperlukan.
- b. Perasaan tidak puas individu untuk selalu memiliki barang yang belum dimiliki.
- c. Sikap individu yang berfoya-foya dalam membeli barang.
- d. Kesenangan individu membeli barang dengan harga mahal yang tidak sesuai dengan nilai dan manfaat dalam kehidupannya.

Ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Chris Sjahbuana (2014) adalah :

- a. Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi.

- b. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status diri.
- c. Berpenampilan bahwa produk yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.
- d. Ingin meniru mode yang sedang ngetrend.
- e. Untuk menarik perhatian dari orang lain.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan dari pendapat beberapa tokoh mengenai ciri-ciri seseorang yang berperilaku konsumtif menurut penelitian, antar lain adalah: a) Membeli barang karena ingin mengikuti tren, b) Membeli batae bisa menyelesaikan masalah, c) Membelli barang yang hanya sekedar menjaga identitas diri, d) Membeli barang yang tidak terkontrol karena menguatkan keinginan, e) Keinginan individu untuk membeli barang yang kurang atau tidak diperlukan, f) Perasan tidak puas individu untuk selalu memiliki barang yang belum dimiliki, g) Sikpa individu yang berfoya-foya dalam membeli barang.

2.1.4 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Faktor-faktor seperti yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati (2013), yang menyatakan bahwa “adanya perilaku boros yang disebabkan oleh dua unsur, khususnya variabel luar dan dalam.

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati (2013), ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar (Eksternal) dan faktor dalam (Internal).

a) Faktor Eksternal

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati, ia

mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif disebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar (Eksternal) dan faktor dalam (Internal).

1. Kebudayaan

Budaya merupakan kualitas, renungan, dan citra yang memperngaruhi perilaku, mentalitas, keyakinan, dan kecenderungan individu dan masyarakat. Prekspektif dan praktik yang di pengaruhi oleh budaya Sumarwan (2015) menyatakan bahwa, “ada sepuluh prekspektif dan praktik yang secara tegas di pengaruhi oleh budaya, khususnya perhatian dan ruang, korespondensi dan bahasa, pakaian dan penampilan, waktu dan keakraban dengan waktu, keluarga, asosiasi dan lembaga pemerintahan, nilai dan standar, keyakinan dan perspektif, siklus mental dan pembelajaran, dan kecenderungan kerja”.

2. Kelas Sosial

Kelas sosial adalah perbedaan dalam tingkat keuangan yang rendah. Seperti yang dikatakan oleh Yuniarti (2014) menyatakan bahwa, “kelas sosial adalah pembagian masyarakat ke berbagai kelas atau berbagai lapisan Kontras dikelas atau lapisan akan menggambarkan kontras dalam intruksi, gaji, tanggung jawab, cara hidup, dan lain-lain yang di terima”.

3. Kelompok Referensi

Sebuah kelompok merupakan suatu pertemuan yang bermacam-macam dari dua individu atau lebih yang berkomunikasi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama. Seperti yang di katakan oleh Sumarwan (2015), “kelompok referensi atau yang di kenal sebagai

perspektif adalah individu atau kumpulan individu yang pada dasarnya mempengaruhi perilaku individu”.

4. Keluarga

Keluarga adalah lingkungan di mana sebagian besar pembeli tinggal dan berinteraksi dengan kerabat lainnya. Kerabat akan saling mempengaruhi dalam menentukan pilihan untuk membeli barang Sumarwan (2015). dapat di simpulkan bahwa keluarga merupakan lingkungan terdekat dengan pembeli sehingga sebagian besar keluarga mempengaruhi pembeli dalam memutuskan pembelian yang mereka pilih.

b) Faktor Internal

Berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Fardhani & Izzati (2013), ia mengatakan bahwa adanya perilaku konsumtif di sebabkan oleh dua unsur yaitu faktor luar (Eksternal) dan faktor dalam (Internal).

1. Motivasi

Motivasi adalah suatu keinginan yang ada di dalam diri seseorang sehingga mendorong ia membeli sesuatu. Seperti ketika saat merasa lapar maka akan segera mencari makanan untuk menghilangkan rasa lapar tersebut ini yang dinamakan kondisi fisik seseorang yang mendorong ia membutuhkan makanan yang menghilangkan rasa lapar tersebut. Dorongan ini disebut motivasih, hal ini sesuai dengan pemikiran Sumarwan, (2010) yang mengatakan bahwa, “inspirasi dapat digambarkan sebagai dorongan utama dalam diri orang yang mendorong mereka untuk beraktivitas. Dorongan utama ini tercipta oleh

kondisi tekanan yang ada sebagai akibat dari kebutuhan yang tidak terpenuhi”. Sardiman, (2014) menjelaskan bahwa, “motivasi adalah penyesuaian energi dalam diri individu yang di gambarkan dengan reaksi terhadap tujuan sehingga akan terhubung dengan perasaan, seperti halnya emosi kemudian melakukan sesuatu”.

Dari pernyataan diatas dapat di simpulkan bahwa motivasi muncul dengan alasan adanya kebutuhan yang di rasakan oleh pembeli. Kebutuhan ini yang mendorong seseorang untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

2. Kepribadian

Karakter pembeli sangat penting bagi pemasar karena di identifikasi dengan perilaku pembeli. Perbedaan karakter akan mempengaruhi perilaku mereka dalam memilih barang, karena pembeli akan memilih barang sesuai dengan karakter mereka.

Hal ini sesuai dengan pemikiran Sumarwan, (2015) yang menyatakan bahwa, “karakter diidentikkan dengan perbedaan dalam kualitas yang paling mendalam pada seseorang, perbedaan dalam hal ini menggambarkan kualitas yang unik dari masing-masing individu”. Adapun karakteristik kepribadian menurut Sumarwan, (2015) sebagai berikut :

- a. Kepribadian menggambarkan kontras tunggal. Tidak ada dua orang yang benar-benar tidak dapat dibedakan, mungkin ada dua orang yang memiliki kesamaan dalam satu merek barang, namun dalam kualitas yang berbeda mungkin unik.

- b. Kepribadian menunjukkan konsistensi dan terus berjalan. Karakter seseorang telah di bentuk sejak masa remaja dan telah mempengaruhi perilaku seseorang secara andal untuk jangka waktu yang cukup lama dan sulit untuk diubah.
- c. Kepribadian bisa berubah. Sifatnya permanen dan tetap, namun bukan berarti bisa berubah. Keadaan dapat membuat seseorang mengubah karakternya. Seseorang mengubah karakternya. Seorang anak muda yang berkembang menjadi dewasa mungkin memiliki berbagai atribut dari ketika ia masih kecil.

3. Konsep Diri

Supranto, (2011) menyebut bahwa, “konsep diri hanyalah kesurulahan pertimbangan dan sentimen tentang diri sendiri. Konsep diri individu hanyalah gambaran umum yang di miliki karena cara hidup dimana dia tinggal dan keadaan seras pertemuan individu yang meliputi kehadirannya sehari-hari”. Konsep diri artinya perasaan terhadap dirinya sendiri dan seseorang yang menggambarkan bagaimana sikap orang tersebut terhadap dirinya.

4. Proses Belajar

Siklus pembelajaran adalah bagian utama dalam latihan pembelajaran yang diselesaikan dengan sengaja atau tidak sengaja dengan alasan bahwa interaksi ini pelanggan memainkan pekerjaan pasar sebagai pembeli yang layak, wajar, dan bersemangat. Beberapa konsumen yang kecewa akan suatu produk berarti mereka memiliki pengalaman yang buruk dan ada ketidakpuasan dalam produk tersebut.

5. Gaya Hidup

Kebanyakan dari manusia gaya hidup lah yang menjadi seseorang tersebut menjadi konsumtif. Gaya hidup sebagai contoh dimana individu hidup dan menggunakan uang dan waktunya (*designs in which individuals live and invest time and cash*). (Sumarwan 201, dalam Engel, Blackwell, and miniard, 1995). mereka akan berupaya mendapatkan uang untuk membeli barang-barang seperti tas dan pakaian untuk menutupi penampilannya sehingga kelihatan lebih menarik dan membuat mereka puas Zahra, dalam pulungan dan hastina, (2018). Dapat diambil kesimpulan cenderung dianggap bahwa cara hidup menggambarkan perilaku individu dalam memanfaatkan perilaku individu dalam memanfaatkan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya.

Kotler dan Armstrong, (2008) menyebutkan bahwa hal-hal yang menyebabkan seorang berperilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

a. Faktor Pribadi

1) Demografi

Yang termasuk kedalam faktor demografi antara lain ialah ciri-ciri individual seperti jenis kelamin, usia, ras, suku bangsa, pendapatan, siklus kehidupan keluarga, dan pekerjaan. Sebagai contoh, menurut pendapat, seseorang yang memiliki pendapatan tinggi cenderung akan membeli barang-barang mewah yang memiliki nilai ekonomi dibandingkan dengan mereka yang

memiliki pendapatan rendah. Daya membeli tinggi sehingga menstimulasi keinginan untuk terus membeli.

2) Konsep Diri

Seseorang yang memiliki konsep diri bahwa dengan banyak membeli barang ia akan lebih dipandang dan dihargai oleh orang lain, akan menyebabkan orang tersebut terus melakukan tindakan pembelian. Tindakan tersebut apabila tidak terkontrol akan menimbulkan perilaku konsumtif.

b. Faktor Psikologis

1) Motivasi

Faktor ini meliputi harga, pelayanan, dan keanekaragaman produk. Motivasi membeli seseorang dapat muncul dari kebutuhan untuk diakui dan dihargai oleh orang lain atau rasa ingin memiliki terhadap suatu barang. Semakin ingin diakui dan dihargai orang lain, maka tindakan pembeliannya akan semakin tinggi sehingga memicu perilaku konsumtif.

2) Persepsi

Ketika barang yang ditawarkan sesuai dengan persepsi yang ditetapkan, maka kemungkinan besar seseorang tersebut akan membeli barang yang ditawarkan. Sebaliknya, jika barang tersebut tidak sesuai, maka ia akan menolaknya.

c. Kemampuan dan Pengetahuan

Pembeli yang berpengetahuan tinggi akan selektif dalam pemilihan barang. Pembeli yang kurang memiliki kemampuan pengetahuan,

maka lebih mudah termakan oleh iklan yang menawarkan barang dengan kualitas tertentu. Semakin banyak barang yang diiklankan, maka seseorang yang memiliki pengetahuan rendah akan beresiko memiliki perilaku konsumtif karena mereka terus melakukan tindakan pembelian.

d. Sikap dan Keyakinan

Pertimbangan sikap dan keyakinan konsumen terhadap suatu produk biasanya berdasarkan harga, nama merek, iklan, dan rancangan kemasan. Semakin baik komponen-komponen tersebut dalam mengelabui konsumen, dapat menyebabkan kegiatan pembelian yang terus menerus.

e. Faktor Sosial

1) Budaya dan Sub-budaya

Dalam hal ini, sub-budaya meliputi kewarganegaraan, agama, kelompok, ras, dan daerah geografis. Seseorang yang tinggi di daerah dengan masyarakat yang konsumtif disekitarnya. Secara langsung ataupun tidak dapat menularkan perilaku konsumtif yang sama. Hal ini terjadi karena budaya atau *culture* akan membawa sistem informasi yang mengkodekan cara orang bersikap disebuah kelompok karena adanya interaksi Reber dan Reber, (2010).

2) Kelas Sosial

Seseorang yang memiliki tingkat sosial kelas tinggi, akan cenderung lebih banyak mengkonsumsi barang mewah yang mahal dan beraga karena tungkat pendapat yang memiliki tingkat sosial

kelas bahwa akan lebih sedikit mengkonsumsi barang dibandingkan tingkat kelas sosial di atasnya.

3) Kelompok Referensi atau Kelompok Acuan

Kelompok referensi dapat berupa kelompok pertemanan, keluarga, persaudaraan dan perkumpulan, serta organisasi kemasyarakatan serta organisasi profesional. Berfungsi sebagai titik banding atau acuan langsung (tatap muka) atau tidak langsung yang membentuk sikap maupun perilaku seseorang bergantung pada sejauh mana individu tersebut terpengaruh oleh kelompok referensi dan kekuatan keterlibatannya dalam kelompok.

4) Peran dan Status

Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang di berikan oleh masyarakat. Dalam memiliki suatu produk, seseorang sering kali memiliki produk yang menunjukkan status mereka dalam masyarakat seperti halnya dalam kelas sosial.

Secara terpisah, Kotler dan Armstrong, (2008) menambahkan gaya hidup sebagai penyebab perilaku konsumtif. Seseorang yang memiliki gaya hidup mewah cenderung lebih banyak mengkonsumsi barang dibandingkan dengan seseorang yang memiliki gaya hidup sederhana.

Berdasarkan uraian para tokoh mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, dapat diperoleh kesimpulan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi seseorang berperilaku konsumtif adalah: a). Faktor pribadi Hal-hal yang termasuk dalam faktor pribadi antara lain adalah demografis

(usia, siklus kehidupan seseorang, pekerjaan dan situasi ekonomimu), konsep diri, dan gaya hidup, b). Faktor psikologis Faktor psikologis yang dimaksud antara lain motivasi, persepsi, kemampuan dan pengetahuan, sikap, serta keyakinan, c). Faktor sosial meliputi: budaya dan sub-budaya, kelas sosial, kelompok referensi atau kelompok acuan, peran, dan status sosial.

2.2 Konformitas

2.2.1 Definisi Konformitas

Baron dan Byrne (2008) mengemukakan konformitas adalah suatu sikap individu untuk mengubah perilakunya dengan mengambil norma yang ada dengan menerima ide-ide atau aturan yang menunjukkan bagaimana individu itu harus bersikap dalam kondisi tertentu.

Myes (2010) mengatakan bahwa pengaruh konformitas pada kelompok menghasilkan suatu perubahan kepercayaan sebagai akibat dari tekanan kelompok, terlihat dari adanya kecenderungan seseorang untuk selalu menyamakan perilaku terhadap kelompok, sehingga terhindar dari ketersaingan maupun celaan.

Jalaludin (2004) mengatakan bahwa bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Baron dan Sarwono, (2009) memberi pengertian bahwa konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku agar sesuai dengan norma sosial. Sedangkan menurut Gerrard (dalam Sumartono, 2002) menyatakan bahwa konformitas merupakan kecenderungan perubahan persepsi, opini dan perilaku agar sama dengan kelompok.

Lebih lanjut Sherif dan Rahmat, (2000), 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 dihadapan 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 Asch dan Engel dkk, (1990) kecenderungan untuk benar diperoleh dari apa yang secara fisik terlihat oleh mereka dari apa yang dilakukan orang lain, sedangkan kecenderungan untuk disukai dan membuat kesan yang baik lebih dipengaruhi oleh penharuh normatif.

Dari uraian pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan suatu sikap perubahan perilaku yang dilakukan sebagai bentuk penyesuaian terhadap aturan kelompok karena adanya tekanan baik yang nyata maupun hayalan tujuan agar dapat diterima menjadi bagian dari kelompok.

2.2.2 Aspek-Aspek Konformitas

Menurut Wiggins (dalam Nurani, 2018) membagi aspek-aspek konformitas menjadi dua berdasarkan tindakan yang dilakukan individu. Aspek-aspek tersebut secara rinci dijelaskan sebagai berikut:

a. Kerelaan

Rela menerima tuntutan kelompok dan memenuhi keinginan kelompok dalam artian mengikuti apapun pendapat kelompok yang diinginkan atau diharapkan kelompok agar memperoleh hadiah berupa

pujian dan untuk menghindari celaan, keterasingan, ataupun cemooh yang mungkin diberikan oleh kelompok jika tidak dikerjakan salah satu dari anggota kelompok tersebut.

b. Perubahan

Konformitas teman sebaya menimbulkan adanya perubahan dalam diri individu. Perubahan yang dimaksud adalah perubahan baik penampilan, sikap, maupun perilaku dari masing-masing anggota kelompok sebagai proses penyesuaian perilaku terhadap kesepakatan kelompok.

Menurut Sears dan Peplu (2006) bahwa alasan individu melakukan konformitas karena dipengaruhi oleh beberapa aspek berikut, yaitu :

1) Kepercayaan terhadap kelompok

Faktor utamanya adalah apakah individu mempercayai informasi yang dimiliki kelompok atau tidak. Semakin besar kepercayaan individu terhadap kelompok sebagai sumber informasi yang benar, semakin besar pula kemungkinan untuk menyesuaikan diri terhadap kelompok. Bila orang tersebut berpendapat bahwa kelompok selalu benar, dia akan mengikuti apapun yang lakukan kelompok tanpa memperdulikan pendapatnya sendiri.

2) Rasa takut terhadap penyimpangan

Rasa takut dipandang sebagai orang yang menyimpang merupakan faktor dasar hampir dalam semua situasi sosial. Kita tidak mau dilihat sebagai orang yang lain dari yang lain, kita tidak ingin tampak seperti orang lain. Kita ingin agar kelompok tempat kita berada

menyukai kita, memperlakukan kita dengan baik dan bersedia menerima kita.

3) Kekompakan kelompok

Yaitu jumlah total kekuatan yang menyebabkan orang tertarik pada suatu kelompok dan membuat mereka ingin tetap menjadi anggotanya. Semakin besar rasa suka anggota yang satu terhadap anggota yang lain, dan semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan.

4) Simbol status dalam kelompok

Simbol status merupakan status pretise yang menunjukkan bahwa orang yang memilikinya lebih tinggi atau mempunyai status yang lebih tinggi dalam kelompok.

Menurut Taylor, Peplau dan Sears dalam Bashori dan Hidayat (2016) konformitas dilakukan berdasarkan beberapa aspek yaitu:

a) Peniruan

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

b) Penyesuaian

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

c) Kepercayaan

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

d) Kesepakatan

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

e) Ketaatan

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

Menurut O'Sears, dkk (1985), aspek-aspek konformitas terdiri dari beberapa aspek, yaitu :

c. Kekompakkan Kelompok

Kekompakkan kelompok adalah jumlah total kekuatan yang menyebabkan orang tertarik pada suatu kelompok dan yang membuat mereka ingin tetap menjadi anggotanya.

d. Kesepakatan Kelompok

Orang yang dihadapkan pada keputusan kelompok yang sudah bulat akan kelompok tidak bersatu akan nada penurunan tingkat konformitas. Penurunan konformitas ini juga terjadi dalam kondisi

dimana orang yang berbeda pendapat memberikan jawaban yang salah.

e. Ketaatan Kelompok

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

Berdasarkan uraian aspek-aspek konformitas diatas Peneliti menyimpulkan yaitu a) kepercayaan terhadap kelompok, b) rasa takut terhadap penyimpangan, c) kekompakan kelompok, d) simbol status dalam kelompok, e) peniruan, f) penyesuaian, g) kepercayaan, h) kesepakatan, i) ketaatan. Pada penelitian ini, peneliti mengacu aspek-aspek konformitas berdasarkan teori Wiggins (dalam Nurani, 2018).

2.2.3 Ciri-Ciri Konformitas

Terdapat ciri-ciri konformitas menurut Sarwono, yaitu :

- a) Berdasarkan kelompok, kelompok yang kecil lebih mungkin melakukan konformitas dari pada kelompok yang besar.
- b) Suara bulat, lebih mudah mempertahankan pendapat jika banyak kawannya.
- c) Keterpaduan, semakin besar keterpaduan maka akan tinggi keinginan individu untuk melakukan konformitas terhadap kelompok.
- d) Tanggapan umum, perilaku yang dapat diterima oleh semua orang

lebih mendingkan konformitas daripada perilaku yang dapat diterima oleh orang-orang tertentu.

- e) Komitmen umum, konformitas akan lebih mudah terjadi pada orang yang tidak memiliki komitmen apapun.
- f) Status, bila individu tidak memiliki status dalam kelompok tertentu maka dia akan melakukan konformitas agar sesuai dengan kelompok tersebut.

Menurut Myers (2012) bentuk konformitas ada tiga, yaitu :

- a. Penerimaan (*acceptance*) yaitu ketika individu bertindak dan menyakini sesuai tekanan sosial baik dari individu atau kelompok.
- b. Pemenuhan (*compliance*) yaitu konformitas atas permintaan atau tekanan sosial tapi individu tidak menyetujui.
- c. Kepatuhan (*obedience*) yaitu bertindak sesuai dengan perintah langsung.

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 di mana 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 bertingkah laku pada suatu situasi yang spesifik.

Berdasarkan uraian diatas ciri-ciri konformitas dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri konformitas, yaitu : a) Kesepekatan, b) Kepatuhan, c) Indoktrinasi Intensif, dan d) Norma Sosial.

2.2.4 Jenis-Jenis Perilaku Konformitas

Menurut Reber, (2010), ada tiga jenis konformitas, yaitu :

1. *Behavioral conformity* (konformitas perilaku) ialah kecenderungan mengikut saja kemauan kelompok, berusaha bertindak dengan cara-cara yang konsisten dengan mayoritas.
2. *Attitudinal conformity* (konformitas sikap) ialah kecenderungan untuk mengubah sikap atau kepercayaan sebagai respon terhadap tekanan orang lain entah menghasilkan perubahan perilaku atau tidak.
3. *Personality trait infirmity* (konformitas watak kepribadian) ialah kecenderungan khas yang mendasar dari kepribadian individu untuk berubah dibawah pengaruh perilaku dan sikap orang lain.

Menurut kelman dan Oktantri Rujiantika Pratami, (2013), jenis konformitas dibagi menjadi tiga bagian macam yaitu:

1. *Identification* merupakan konformitas yang menyadari adanya ketertarikan dengan tokoh dan berlangsung selama hubungan dengan tokoh tersebut bisa dijaga.
2. *Compliance* merupakan konformitas yang disadari dengan adanya keinginan untuk mendapatkan *rewards* diterima atau tidak mendapatkan *punishment*.
3. *Internalisasi* merupakan konformitas yang pada hakekatnya disadari oleh kepuasan secara alami pada sikap atau perilaku yang dilakukan berlangsung selama perasaan puas itu didapatkan.

Menurut Myers (2012) bentuk konformitas ada tiga, yaitu :

1. Penerimaan (*acceptance*) yaitu ketika individu bertindak dan menyakini sesuai tekanan sosial baik dari individu atau kelompok.
2. Pemenuhan (*compliance*), yaitu konformitas atas permintaan atau tekanan sosial tapi individu tidak menyetujui.
3. Kepatuhan (*obedience*), yaitu bertindak sesuai dengan perintah langsung.

Dari pendapat para tokoh mengenai jenis-jenis konformitas tersebut, dapat disimpulkan beberapa jenis konformitas antara lain adalah a) konformitas perilaku, b) konformitas sikap, dan c) konformitas watak kepribadian. Namun disisi lain apabila dilihat dari sudut pandang lain, jenis-jenis konformitas antara lain adalah *identification*, *Compliance*, dan *Internalisasi*. Dalam hal ini perilaku konsumtif pada barang barang bermerek adalah yang berhubungan dengan

konformitas dari teman sebaya mahasiswa psikologi Universitas Medan Area Mahasiswa Stambuk 2021.

2.2.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut Baron dan Byene dkk, (2005), faktor yang mempengaruhi seseorang untuk melakukan konformitas adalah ukuran kelompok. Dari ukuran kelompok, dapat diperoleh anggapan bahwa semakin banyak orang dalam suatu kelompok yang melakukan hal tertentu, maka akan semakin tinggi keinginan seseorang untuk melakukan hal-hal yang sama dengan kelompok tersebut. Misalkan seseorang sedang berada dalam sebuah ruangan yang sangat dingin, jika ada salah satu orang yang mengeluhkan bahwa ruangan tersebut bahwa panas, mungkin seseorang tersebut menyimpulkan bahwa orang tersebut salah atau sedang terkena demam. Tetapi apabila ada lima orang lain yang mengatakan bahwa ruangan itu terasa panas, maka seseorang tersebut mungkin mulai bertanya-tanya, apakah dirinya salah. Lima orang cenderung bisa dipercaya ketimbang satu orang atau lebih sulit untuk tidak mempercayai suatu kelompok ketimbang satu orang.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dan mengikuti kelompok Taylor, dkk., dalam Harmaini, (2016), yaitu:

a. Ukuran Kelompok

Semakin banyak jumlah anggota kelompok (setidaknya sampai titik tertentu), maka kecenderungan untuk konformitas akan semakin tinggi pula.

b. Keseragaman Kelompok

Semakin kompak suatu kelompok maka kecenderungan konformitas lebih mungkin dilakukan anggota kelompok. Jika ada satu orang saja yang membangkang maka akan terjadi penurunan konformitas, bahkan sampai seperempat dari level normal.

c. Komitmen Kepada Kelompok

Komitmen adalah semua kekuatan, positif atau negatif, yang membuat individu tetap berhubungan atau tetap setia dalam kelompok.

d. Keinginan Individuasi

Individuasi yang tinggi menunjukkan bahwa orang tersebut memiliki kesediaan untuk melakukan sesuatu yang membuatnya berbeda dengan orang lain.

e. Kohesif

Semakin kohesif suatu kelompok, semakin kelompok tersebut memiliki kekuatan terhadap para anggota kelompoknya.

f. Status

Anggota baru atau kelompok junior cenderung lebih konformitas dibanding dengan anggota lama atau kelompok senior.

g. Respon Umum

Dalam eksperimen, orang-orang lebih seragam ketika harus merespon di hadapan orang lain dibandingkan menuliskan jawaban mereka sendiri-sendiri.

Berdasarkan uraian faktor-faktor konformitas diatas maka Peneliti dapat menyimpulkan yaitu: a) ukuran kelompok, b) keseragaman kelompok, c) komitmen kepada kelompok, d) keinginan individuasi, e) kohesif, f) status, g) respon umum.

2.3 Hubungan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono dalam vitra (2016), defenisi perilaku kosumtif sangatlah variatif tetapi pada intinya muara dari pengertian perilaku konsumtif adalah membeli barang tanpa mempertimbangkan atas dasar kebutuhan pokok. Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konformitas.

Hal ini diperkuat juga dari penelitian terdahulu terkait dengan perilaku konsumtif oleh Azizah, (2017) ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Semakin tinggi konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif, sebaliknya rendah konformitas maka semakin rendah perilaku konsumtif.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putra idham perdana & Endah mujiasih dalam jurnal empati dari Fakultas psikologi, Universitas Diponegoro dengan judul penelitian “ Hubungan anatara konformitas teman sebaya dengan perilakun konsumtif membeli pakaian pada mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro”.

Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Hipotesis

yang mengatakan bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro terbukti. Hubungan yang positif tersebut memberi arti, semakin tinggi konformitas terhadap teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif, demikian pula sebaliknya semakin rendah konformitas terhadap teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif.

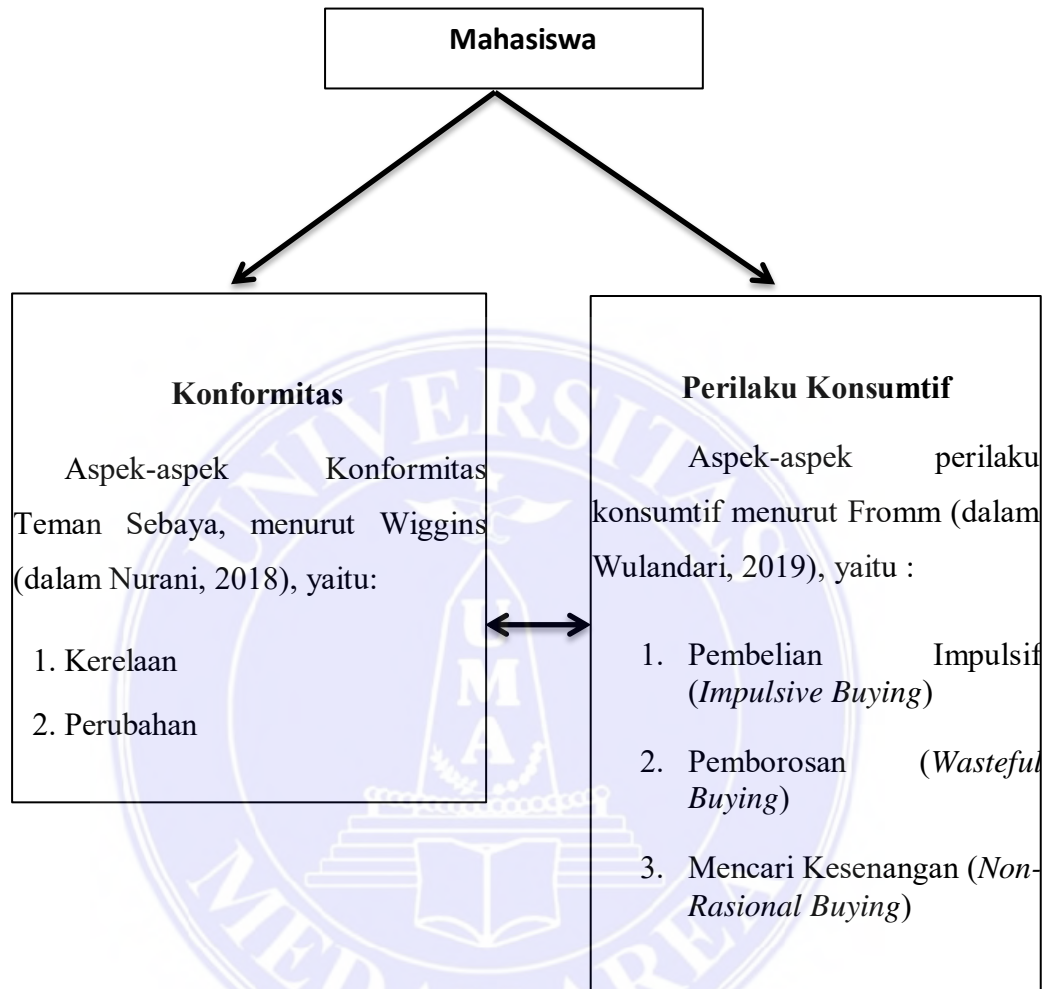
Bagi penelitian selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seperti: harga diri, kepribadian dan konsep diri, pekerjaan, jenis kelamin, keadaan ekonomi, kelas sosial, keluarga,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

Nimatus Solichah & Danajanti Kusuma Dewi, jurusan Psikologi, Fakultas Ilmu pendidikan, UNESA, dengan jurnal “Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion pada Mahasiswa”. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Hipotesis dalam penelitian ini diterima sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas X. Hubungan antara kedua variabel tersebut menunjukkan arah hubungan yang positif yang artinya semakin tinggi konsumtif yang dimiliki mahasiswa, begitu sebaliknya. Hasil analisis menunjukkan korelasi yang kuat karena memiliki koefisien korelasi sebesar 0,677.

Zumita Hanafie , Fakultas Ilmu Pendidikn, Universitas Negri Yogyakarta, dengan judul “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Remaja Terhadap Produk Distro pada siswa kelas X SMA N 4 Yogyakarta”. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan anatara konformitas dengan perilaku konsumtif remaja terhadap produk distro pada siswa kelas X di SMA N 4 Yogyakarta. Artinya, semakin tinggi konformitas yang dimiliki siswa sebagai remaja maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif terhadap produk distro. Sebaliknya, semakin rendah konformitas yang dimiliki siswa sebagai remaja maka semakin rendah pula perilaku konsumtif terhadap produk distro. Diperoleh pula sebagai temuan tambahan yaitu sumbangan efektif variabel konformitas terhadap variabel perilaku konsumtif remaja terhadap produk distro sebesar 14,7%.

Berdasarkan penelitian diatas dapat disimpulkan terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Hubungan yang positif tersebut memberi arti, semakin tinggi konformitas terhadap teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif, demikian pula sebaliknya semakin rendah konformitas terhadap teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif..

2.4 Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu Dan Tempat Penelitian

3.1.1 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam jangka waktu 3 bulan, yakni Januari sampai dengan Maret 2025. Berikut tabel jadwal penelitian:

Tabel 1. Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Sep 2022	Jan 2023	Mei 2023	Juli 2023	Jan 2025	Mar 2025	Jul 2025	Agus 2025	Sept 2025
1	Pengajuan Judul Skripsi	■								
2	Penulisan Proposal Penelitian		■							
3	Bimbingan Proposal Penelitian			■						
4	Seminar Proposal				■					
5	Penelitian					■				
6	Bimbingan Skripsi						■			
7	Seminar Hasil							■		
8	Bimbingan Skripsi								■	
9	Sidang Skripsi									

3.1.2 Tempat Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat atau objek untuk diadakan suatu penelitian. Lokasi penelitian ada di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Jl. H. Agus Salim Siregar, Kenangan Baru, Kec. Medan Tembung, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20223.

3.2 Bahan dan Alat

Bahan dan alat yang digunakan pada peneliian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang berupa skala yang digunakan sebagai alat pengumpulan data yang disebar kepada para responden.

3.3 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian adalah metode kuantitatif, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono (2010), yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivis, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif. Menurut Arikunto (2010) Penelitian korelasi adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada.

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemungkinan ditarik kesimpulannya Sugiyono (2012). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021 yang berjumlah 389 Mahasiswa.

Tabel 2. Jumlah Mahasiswa Psikologi UMA Stambuk 2021

Kelas	Jumlah Mahasiswa
A	235
B	120
C	34

(Sumber: <https://dirmahasiswa.uma.ac.id/psi2021.php>)

3.3.2 Sampel

Menurut Hadi (2000) metode pengambilan sampel dari populasi, teknik pengambilan ini adalah *simple random sampling*. Pada penelitian ini, terdapat 88 Mahasiswa Psikologi UMA Stambuk 2021 yang mengisi kuesioner yang telah peneliti bagikan. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 88 orang untuk dijadikan sampel adalah Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021.

3.3.3 Prosedur Kerja

Sebelum penelitian dilakukan, peneliti terlebih dahulu melakukan persiapan-persiapan yang berkaitan dengan administrasi penelitian, yaitu masalah perizinan yang meliputi perizinan dari pihak Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Langkah yang dilakukan mulai dari menghubungi secara informal bagian tata usaha Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, guna meminta izin untuk mengadakan penelitian. Selain menyiapkan persiapan administrasi peneliti juga mempersiapkan alat ukur yang nantinya akan digunakan untuk penelitian, dengan penyusunan skala konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif.

3.3.4 Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiono (2017) *simple random sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang dalam populasi itu.

Simple random sampling dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Cara demikian dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Pada penelitian ini, terdapat 88 Mahasiswa

Psikologi UMA Stambuk 2021 yang mengisi kuesioner yang telah peneliti bagikan secara *offline* maupun *online* menggunakan google form yang peneliti bagikan pada Whatsapp Grup Kelas Stambuk 2021.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah data penelitian kuantitatif berupa angket/kuesioner, baik untuk variabel konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif. Skala yang digunakan dalam kuesioner ini adalah skala likert yang merupakan metode panskalaan pernyataan sikap yang menggunakan distribusi respon sebagai penentuan nilai skalanya Azwar, (2003). Skala likert memiliki sifat *favourable* (mendukung pernyataan) dan *unfavourable* (tidak mendukung pernyataan). Penelitian yang diberikan kepada masing- masing jawaban subjek pada setiap pernyataan *favourable* diberi rentangan nilai 4-1 dan pernyataan yang bersifat *unfavourable* diberi rentangan nilai 1-4.

3.4.1 Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif diukur melalui aspek-aspek perilaku konsumtif, yaitu: Pembelian Impulsif (*Impulsive buying*), Pemborosan (*Wasteful buying*), Mencari kesenangan (*Non rational buying*) berdasarkan teori Fromm (dalam Wulandari, 2019). Skala perilaku konsumtif dimodifikasi dari skala perilaku konsumtif yang dikembangkan oleh Wulandari (2019) dan dilakukan sedikit modifikasi pada aitem-aitem menyesuaikan latar belakang masalah yang ditemukan pada sampel penelitian.

Skala *likert* mencakup pernyataan *Favorable* (pernyataan mendukung) dan *Unfavorable* (pernyataan tidak mendukung). Skala likert memiliki empat alternatif

jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Pemberian skor pada masing-masing aitem *Favorable* diberi rentang 4-1, sedangkan yang bersifat *Unfavorable* diberi rentang nilai 1-4.

3.4.2 Skala Konformitas Teman Sebaya

Skala konformitas teman sebaya diukur melalui aspek-aspek konformitas teman sebaya, yaitu: kerelaan dan perubahan berdasarkan teori Wiggins (dalam Nurani, 2018). Skala konformitas teman sebaya dimodifikasi dari skala konformitas teman sebaya yang dibuat oleh Nurani (2018) dan dilakukan sedikit modifikasi pada aitem-aitem menyesuaikan sampel penelitian. Hal ini dikarenakan sampel pada penelitian terdahulu merupakan siswa SMK, sementara sampel pada penelitian ini merupakan mahasiswa.

Skala ini disusun berdasarkan skala Likert dengan 4 pilihan jawaban, yakni Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pernyataan skala disusun dalam bentuk *favourable* dan *unfavourable*. Kriteria penilaian untuk pernyataan *favourable* berdasarkan skala Likert adalah nilai 4 untuk pilihan jawaban Sangat Setuju (SS), nilai 3 untuk pilihan jawaban Setuju (S), nilai 2 untuk pilihan jawaban Tidak Setuju (TS), dan nilai 1 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Setuju (STS). Sedangkan untuk pernyataan *unfavourable*, nilai 1 untuk pernyataan Sangat Setuju (SS), nilai 2 untuk pernyataan Setuju (S), nilai 3 untuk pernyataan Tidak Setuju (TS), dan nilai 4 untuk pernyataan Sangat Tidak Setuju (STS).

3.5 Validitas dan Reliabilitas

Sebelum sampai kepada pengolahan data, yang akan diukur nanti haruslah berasal dari alat ukur yang mencerminkan fenomena apa yang diukur. Untuk itu perlu dilakukannya analisis butir yaitu validitas dan reliabilitas.

3.5.1 Uji Validitas

Validitas merupakan persyaratan yang harus dipenuhi oleh sebuah alat ukur. Validitas ini menyatakan ketepatan, keakuratan maupun kecermatan alat ukur dalam menjalankan fungsi pengukurannya. Suatu alat ukur dianggap valid apabila alat ukur tersebut dapat memberikan hasil pengukuran yang sesuai dengan maksud dan tujuan dari pengukuran (Azwar, 2013).

Hadi (1996) mengatakan bahwa validitas alat ukur merupakan indeks dari ketepatan atau keakuratan dan ketelitian alat ukur dalam menjalankan fungsi dan pengukurannya. Kemudian disebutkan seberapa jauh alat ukur tersebut dapat membaca dengan teliti, menunjukkan dengan sebenarnya status atau keadaan kriteria dengan teliti, menunjukkan dengan sebenarnya status atau keadaan kriteria pembanding. Dengan hal ini kriteria pembanding yaitu kriteria dalam (*internal criterion*) dan kriteria luar (*external criterion*).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Realibilitas alat ukur adalah untuk mencari dan mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya. Realibilitas dapat juga dikatakan kepercayaan, keterasalan, keajegan, kestabilan, konsisten dan sebagainya. Hasilnya pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama selama

dalam diri subjek yang diukur memang belum berubah Azwar, (2013). Skala yang akan diestimasi realinilitasnya dalam jumlah yang sama banyak.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Korelasi

Uma & Roger dalam Windarto (2020) menyatakan uji korelasi adalah metode statistik yang dapat dipakai menilai kekuatan hubungan antar dua variabel. Semakin tinggi nilai korelasi antar variabel, maka semakin kuat hubungan antar variabel itu. Semakin dekat nilai korelasi satu, berarti hubungan kedua variabel tersebut makin kuat. Sebaliknya, ketika nilai korelasi hampir mendekati nol, berarti hubungan antara kedua variabel tersebut menjadi tidak kuat atau tidak signifikan (Morris dalam Windarto, 2020).

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah *product moment* dari *Karl Pearson*. Korelasi Pearson ialah salah satu metode uji korelasi dimana dapat digunakan untuk mengevaluasi seberapa kuat hubungan antara dua variabel yang berdistribusi normal, serta interval dan rasio. Metode ini menghasilkan koefisien korelasi dengan nilai -1, 0 dan 1 yang menunjukkan seberapa kuat dan searah hubungan antar variabel tersebut (Zhan, dkk., dalam Windarto, 2020). Nilai 1 menandakan hubungan positif, nilai -1 menandakan hubungan negatif, dan nilai 0 menandakan tidak ada korelasi antara variabel.

Alasan digunakannya teknik korelasi ini karena pada penelitian ini memiliki tujuan untuk melihat hubungan antara suatu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Analisis data dihitung menggunakan fasilitas komputerisasi *SPSS* versi 25 *For Windows*.

3.6.3 Uji Asumsi

Sebelum dilakukan analisis data dengan menggunakan teknik Analisis, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap data-data penelitian, antara lain:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah pendistribusian data penelitian masing-masing variabel secara normal atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* Test, yang memiliki kriteria apabila $p > 0,05$ maka sebarannya dikatakan normal, sebaliknya bila $p < 0,05$ maka sebarannya dikatakan tidak normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas yaitu untuk mengetahui apakah data dari variabel X (konformitas teman sebaya) memiliki hubungan yang linier dengan variabel Y (perilaku konsumtif). Dengan kriteria $p > 0,05$ maka dinyatakan linier, sebaliknya apabila $p < 0,05$ maka dinyatakan tidak linier.

3. Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji normalitas dan juga uji linearitas, tahap selanjutnya akan dilakukan uji hipotesis. Tujuan dari dilakukannya uji hipotesis adalah untuk menguji hipotesis yang telah diajukan apakah ditolak atau diterima. Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah “adanya hubungan yang positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021, dengan asumsi bahwa semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi pula

perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021. Sebaliknya, semakin rendah konformitas teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi *product moment*, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Hasil ini dibuktikan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,594$, dengan Signifikan $p = 0,001 < 0,05$. Koefisien determinan (r^2) dari hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah $r^2 = 0,431$. Ini menunjukkan bahwa Konformitas teman sebaya berdistribusi sebesar 43,1 % terhadap perilaku konsumtif. Konformitas teman sebaya menunjukkan mean hipotetik sebesar 50 dan mean empirik sebesar 43,84 dengan selisih kurang dari nilai bilangan satu SD (11,011). Dalam hal ini Konformitas teman sebaya tergolong Sedang. Kemudian, variabel Perilaku konsumtif menunjukkan mean hipotetik sebesar 52,5 dan mean empirik sebesar 46,02 dengan selisih kurang dari nilai bilangan satu SD (11,386). Maka dari itu, Perilaku konsumtif Mahasiswa Psikologi UMA Stambuk 2021 tergolong Sedang.

5.2 Saran

Sejalan dengan kesimpulan yang telah dibuat, maka berikut ini dapat diberikan beberapa saran, antara lain :

1. Saran Kepada Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian, konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif mahasiswa Psikologi tergolong sedang. Maka dari itu peneliti menyarankan kepada mahasiswa untuk tidak terlalu terpengaruh terhadap

konformitas teman sebaya agar tidak membeli barang-barang yang di luar kebutuhan, mengontrol perilaku berbelanja ketika direkomendasikan teman, serta mengurangi intensitas perilaku konsumtif dengan memakai barang-barang yang masih layak pakai tanpa harus membeli barang baru agar terlihat *trendy*.

2. Saran Kepada Peneliti Selanjutnya

Dalam penelitian selanjutnya, sebaiknya peneliti dapat menemukan variabel-variabel lain yang dapat berhubungan dengan perilaku konsumtif. Misalnya variabel bisa dari diri sendiri maupun dari luar diri. Khususnya pada faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif baik dari internal ataupun eksternal seperti gaya hidup, kontrol diri, konsep diri, kepribadian, kehidupan sosial ekonomi, maupun keluarga. Selanjutnya, melihat bahwa penelitian ini memiliki keterbatasan maka disarankan untuk peneliti selanjutnya agar dapat menambahkan sampel untuk memaksimalkan jumlah sampel dalam mewakili populasi, serta memaksimalkan item-item pada skala agar tidak terjadi bias dalam pengisian skala.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I. M. (2020). Memahami pandemi covid-19 dalam perspektif psikologi sosial. *Psikobuletin: Buletin Ilmiah Psikologi*. 1 (2), 68-84.
- Afalah, M. F. (2020). Hubungan Konformitas dengan Perilaku Agresi Suporter Sepak Bola di Surabaya. *Skripsi*. DID. Untag 1945 Surabaya.
- Astasari, A. R., dan Sahra, A. (2006). Hubungan antara konformitas dengan perilaku membeli implusif pada remaja putri. *Skripsi*. Fakultas Psikologi Universitas Wngsa Manggala Yogyakarta: 1-12.
- Azizah, P. N, dan Listiara, A. (2017). Hubungan antara konformitas dalam pembelian tes melalui online shop pada mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) dan Fakultas Ilmu Budaya (FIB) Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati* 6 (1),332-337.
- Damayanti, R. S., Sovitriana, R., Nilawati, E., & Widyayani, F. A. (2018). Konformitas dan kematangan emosi dengan perilaku agresi siswa smk di Jakarta Timur. *IKRAITH-Humanira*, 2(3), 74–79.
- Fatmawatie, N. (2022). *E Commerce dan Perilaku Konsumtif*. IAIN Kediri Press.
- Fitriani, N., Widodo, P. B., & Fuziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi* 12 (1), 1-14.
- Fryzia, A. (2014). *Gaya Hidup Remaja Konsumtif*, Kompasiana.com, diakses pada 14 April 2020 melalui https://www.kompasiana.com/adelia_fryzia21/54f9372ea3331178178b477e/gayahidup-remaja-konsumtif.
- Gebang, A. A. (2021). Analisis Data. In *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Hardani, Aulia, N. H., Andriani, H., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. CV. Pustaka Ilmu.
- Haryono, P. (2014). Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja siswa Sekolah Menengah Atas Negeri 5 Samarinda. *Psiborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*. 2 (4)
- Haryani, Indah, & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal psikologi*. 11 (1), 5-11.

- Ilham, F. (2017). Peranan sikap do it yourself (DIY) dalam meminimalisir perilaku konsumtif di kalangan remaja (studi kasus di desa banjaran Kabupaten Bandung). *Disertasi*. FKIP Unpas.
- Khafida, A. A., & Hadiyati, F. N. R. (2020). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Skincare di Marketplace Pada Remaja Putri SMA N 1 Kendal. *Jurnal EMPATI*, 8(3), 588–592. <https://doi.org/10.14710/mpati.2019.26501>
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., Ranny, R., & Herlina, D. (2017). Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 2(2), 1–6. <https://doi.org/10.29210/3003210000>
- Lutfiah, Basri, M. & Kuswanti, H. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pendidikan Ekonomi PPAPK FKIP Universitas Tanjungpura Pontianak, *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK)*, 11(3), 1–10.
- Mahrurnisya, D., Indriayu, M., & Kusuma Wardani, D. (2020). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Sma Di Kota Bandar Lampung. *ELASTISITAS: Jurnal Pendidikan Ekonomi, Ilmu Ekonomi, Dan Kewirausahaan*, 2(1), 1–5. <http://jurnal.stkipgribl.ac.id/index.php/elastisitas>
- Mardiana, D., Majid, R., & Dewi, S. T. (2024). Faktor Yang Berhubungan Dengan Kelelahan Kerja Karyawan Pabrik Air Demineral Pt Sariguna Primatirta Tbk (CLEO) Di Kabupaten Konawe Selatan Tahun 2023. *JK3UHO (Jurnal Kesehatan Dan Keselamatan Kerja Universitas Halu Uleo)*, 5(2), 61–69.
- Mardison, S. (2016). Konformitas Teman Sebaya Sebagai Pembentuk Perilaku Individu. *Jurnal Al-Taujih*, 2(1), 78–90. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/attaujih/article/view/941>
- Meilani, N. P. K., & Tobing, D. H. (2023). Dampak Konformitas Teman Sebaya Pada Remaja: Systematic Review. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 2544–2559. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4534>
- Muflihah, E & Widyana, R. (2019). Hubungan antara persepsi siswa tentang pola asuh otoriter orang tua dan konformitas teman sebaya dengan perilaku menyontek pada siswa kelas XI SMK X Yogyakarta tahun ajaran 2018/2019. *G-couns: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 3(2)
- Nurani, R. D. (2018). Hubungan konformitas teman sebaya dan kontrol diri dengan kepatuhan terhadap peraturan sekolah pada siswa di SMK Negeri 6 Yogyakarta. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*. 4 (3), 179-189.

- Nurani, R. D. (2018). Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dan Kontrol Diri Dengan Kepatuhan Terhadap Peraturan Sekolah Pada Siswa Di Smk Negeri 6 Yogyakarta. *Skripsi*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Nofitriani, N. N. (2020) "Hubungan antara kontrol diri dan harga diri dengan perilaku konsumtif terhadap gadget pada siswa kelas XII SMAN 8 Bogor." *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora* 4 (1), 53-65.
- Perdana, P. I., & Mujiasih, E. (2018). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif memberi pakaian pada mahasiswa angkatan 2016 fakultas psikologi Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati* 6 (4), 195-208.
- Pertiwi, D. R., NRH, F., & Mujiasih, E. (2013). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Pakaian Di Online Shop Pada Remaja SMA Kesatrian 1 Semarang. *Empati: Jurnal Karya Ilmiah UNDIP*, 2(1), 1–10.
- Pertiwi, S. A. (2013). Konformitas dan fanatisme pada remaja korean wave." *Psikoberneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1 (2).
- Pradipta, P., & Kustanti, E. R. (2021). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Coffeeshop Semarang. *Jurnal EMPATI*, 10(3), 167–174. <https://doi.org/10.14710/empati.2021.31280>
- Prameswari, A. N., Muhtar, & Elvia Ivada. (2022). Hubungan Sikap Keuangan Dan Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Siswa Akuntansi Dan Keuangan Lembaga. *Tata Arta UNS*, 8(2), 79–90.
- Pujiastuti, H. (2023). Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Agresi Pada Siswa Sekolah Mengah Pertama Negeri 11 Banda Aceh. *Disertasi*. UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
- Putri, H. S., & Indrawati, E. S. (2017). Hubungan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswi di sma semesta semarang. *Jurnal Empati*, 5(3), 503–506.
- Riana, I. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup, dan lingkungan sosial terhadap perilaku konsumtif pada wanita karir di lingkuan pemerintah daerah kabupaten bengkalis. *Disertasi*. Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Rohmah, F. T., Silviahana, F., Titasyfa, A., Ibrahim, Z., & Hidayat, W. (2024). Online Pada Remaja the Influence of Lifestyle and Consumptive Behavior on Online Shopping on Teenagers. *Jiic: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4), 1199–1210. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/619>
- Sipunga, P. N., & Muhammad, A. H. (2013). Kecenderungan perilaku konsumtif remaja ditinjau dari pendapatan orang tua pada siswa-siswi SMA Kesatria 2 semarang. *Journal of social and industri psychology*, 3 (1).

- Saputro, B. M., & Soeharto, T. N. E. D. (2012). Hubungan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan kecenderungan kenakalan pada remaja. *Insight*, 10 (1), 1- 15.
- Solikhatun, N. (2018). Pengaruh Efikasi Diri dan Konformitas Terhadap Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa. *Disertasi*. Universitas Islam Riau.
- Thohiroh, A. Q., & Yuwono, S. (2015). Perilaku Konsumtif Melalui Online Shopping Fashion pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. *Naskah Publikasi*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Tamboto, H. J. D, & Manongko, A. A. Ch. (2019). Model pengentasan kemiskinan masyarakat berbasis literasi ekonomi dan modal sosial. Malang: CV. Seribu Bintang
- Vitra, J. (2016). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja SMA Dharmawangsa Medan. *Skripsi*. Universitas Medan Area
- Windarto, Y. E. (2020). Analisis Penyakit Kardiovaskular Menggunakan Metode Korelasi Pearson, Spearman Dan Kendall. *Jurnal SAINTEKOM*, 10(2), 119. <https://doi.org/10.33020/saintekom.v10i2.149>
- Wulandari, E. (2019). Hubungan Perilaku konsumtif Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Uin Suska Riau. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Yusfamita, E. (2013). Pola konsumsi tenaga kerja migran pabrik mie sedap di kota Gersik." *Paradima*, 1 (1).
- Zebua, A. S., & Nurdjayadi, R. D. (2001). Hubungan antara Konformitas dan Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja Putri. *Jurnal Ilmiah Psikologi Terapan: Phronesis*. Vol. 3, No. 6.



Lampiran 1

SKALA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA

Skala Konformitas Teman Sebaya

Nama :
Umur : Tahun
Jenis Kelamin :
Kelas :
Domisil : Tinggal Sama Orang Tua / Kost
Alamat :
Petunjuk Pengisian :

- Berikut dibawah ini ada 20 pertanyaan
- Bacalah pertanyaan dengan baik serta pahami pertanyaan tersebut
- Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang menurut saudara sesuai dengan keadaan saudara.
- Pada pertanyaan tersebut tidak ada jawaban benar atau salah, karena itu pilihlah jawaban yang menurut saudara paling sesuai
- Data pribadi serta jawaban saudara akan dijamin penuh kerahasiaannya oleh peneliti, dan digunakan hanya untuk kepentingan penelitian saja.
- Periksa kembali jawaban kalian jangan ada yang terlewatkan 1 pertanyaan pun.
- Keterangan jawaban :
SS : Sangat Sesuai
S : Sesuai
TS : Tidak Sesuai
STS : Sangat Tidak Sesuai

Contoh Pengisian

NO	ITEM	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa yakin dengan teman saya	✓			

Artinya: Saya merasa yakin dengan teman saya, hal tersebut sangat sesuai dengan diri saya

~Selamat Mengerjakan~

No	Item	SS	S	TS	STS
1	Saya menyetujui apapun yang diputuskan teman agar terlihat kompak				
2	Saya takut bertindak tanpa dukungan dari teman				
3	Saya lebih percaya pendapat teman daripada pendapat sendiri				
4	Saya yakin dengan pilihan saya sendiri tanpa mempedulikan penilaian teman				
5	Saya bertindak dengan percaya diri meskipun tidak mendapat dukungan teman.				
6	Saya membeli barang jika teman saya membelinya juga.				
7	Saya menerima ajakan teman untuk membeli sesuatu.				
8	Saya khawatir dijauhi teman apabila menolak ajakan teman				
9	Saya memilih menolak ajakan teman saya untuk membeli sesuatu				
10	Saya bersikap ramah hanya pada teman-teman akrab saya.				
11	Larangan dari orang tua tidak saya pedulikan selama teman-teman mendukung saya.				
12	Saya memperlakukan teman dengan baik meskipun belum akrab.				
13	Saya menunda pulang ke rumah (kost) setelah kuliah demi berbelanja bersama teman-teman				
14	Berbelanja bersama teman-teman lebih penting daripada mengerjakan tugas kuliah.				
15	Saya ikut membeli apapun yang dibeli teman saya				
16	Saya berani menegur teman yang suka membeli barang tidak sesuai kebutuhannya				
17	Saya membeli pakaian dengan warna yang sama dengan teman agar terlihat kompak				
18	Saya sengaja membeli barang <i>branded</i> agar tidak kalah keren dari teman saya				

19	Saya tetap percaya diri tampil tanpa make up di antara teman yang terlihat cantik karena make up.				
20	Saya tetap menggunakan barang-barang saya yang lama selagi masih layak dipakai				



Lampiran 2

SKALA PERILAKU KONSUMTIF

Petunjuk Pengisian :

1. Berikut dibawah ini ada 24 pernyataan
2. Bacalah pernyataan dengan baik serta pahami pertanyaan tersebut
3. Berilah tanda centang (✓) pada jawaban yang menurut saudara sesuai dengan keadaan saudara.
4. Pada pernyataan tersebut tidak ada jawaban benar atau salah, karena itu pilihlah jawaban yang menurut saudara paling sesuai
5. Periksa kembali jawaban kalian jangan ada yang terlewatkan 1 pernyataan pun.

6. Keterangan jawaban :

SS : Sangat Sesuai

S : Sesuai

TS : Tidak Sesuai

STS : Sangat Tidak Sesuai

Kuesioner Perilaku Konsumtif

NO	ITEM	SS	S	TS	STS
1	Saya mudah tergoda untuk membeli sesuatu karena terlihat unik				
2	Saya membeli barang-barang <i>branded</i> kapanpun saya mau				
3	Meskipun tertarik dengan barang-barang mewah, saya tidak langsung memutuskan untuk membelinya				
4	Saya tidak mudah terpengaruh untuk membeli barang-barang trendy yang belum saya butuhkan				
5	Saya tidak perlu berpikir panjang ketika membeli barang-barang yang sedang trend				
6	Disaat membeli barang-barang trendy saya tidak pernah mempertimbangkan harganya				
7	Saya selalu memikirkan terlebih dahulu kegunaan barang-barang yang akan saya				

	beli				
8	Saya berpikir terlebih dahulu sebelum membelanjakan uang untuk membeli barang yang sedang trend				
9	Saya sulit mengontrol perilaku berbelanja saya ketika direkomendasikan teman saya				
10	Saya merasa boros dalam menggunakan uang untuk berbelanja.				
11	Saya mengutamakan kecocokan harga dalam membeli suatu barang				
12	Saya mengontrol diri untuk tidak terpengaruh dengan ajakan teman untuk berbelanja				
13	Saya selalu berusaha mengikuti mode baru yang sedang trend agar tidak tertinggal dengan teman-teman saya				
14	Saya membeli barang-barang yang sedang trend ketika dipengaruhi teman saya				
15	Saya tidak mudah terpengaruh dengan teman saya untuk mengikuti mode yang sedang trend				
16	Saya tetap nyaman memakai barang-barang model lama walaupun teman saya menggunakan barang model baru.				
17	Saya merasa mendapatkan kesenangan ketika saya membeli barang-barang trendy bersama teman saya				
18	Saya menggunakan barangbarang mewah untuk mendapatkan pujian dari teman-teman saya				
19	Saya merasa senang ketika berhasil menahan diri agar tidak terpengaruh teman saya untuk membeli barang yang sedang trend				
20	Saya merasa biasa saja disaat teman-teman saya membeli barang-barang terbaru				

21	Saya mendapat kepuasan tersendiri ketika menggunakan barang-barang <i>branded</i>				
22	Saya merasa puas ketika membeli barang-barang trendy bersama teman saya				
23	Saya merasa biasa saja ketika membeli barang-barang yang sedang trend				
24	Saya merasa minder ketika teman-teman saya membeli barang-barang terbaru				

~Terima Kasih~



Lampiran 3
DATA MENTAH SEBELUM UJI COBA

Konformitas Teman Sebaya (X)

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	TOTAL
1	4	4	4	1	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	1	49
2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	43
3	3	2	1	1	3	3	3	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	3	3	3	45
4	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	46
5	2	2	2	3	1	3	3	4	3	2	1	1	4	4	2	1	2	2	3	1	46
6	3	3	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	4	1	35
7	4	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	2	1	2	1	1	45
8	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	45
9	4	3	1	1	1	2	2	1	2	4	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	34
10	2	2	2	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	37
11	2	3	1	3	3	2	3	3	3	1	1	2	1	1	2	1	3	1	2	1	39
12	1	2	2	1	2	3	2	1	2	4	2	2	4	3	3	3	1	4	1	1	44
13	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	37
14	3	3	2	2	2	2	2	2	1	4	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	40
15	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	1	4	4	1	1	59
16	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	1	3	3	3	2	3	3	2	2	57
17	3	4	1	3	1	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	1	1	37
18	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	1	2	2	2	2	1	2	2	3	1	39
19	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	44
20	3	4	2	3	1	1	2	2	3	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	36

21	4	1	1	2	3	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	3	1	1	4	1	37
22	3	3	1	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	1	2	2	2	3	1	40
23	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	46
24	4	4	3	2	1	1	1	2	2	4	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	37
25	2	2	3	3	3	3	3	2	3	1	1	2	1	3	1	2	2	1	2	1	41
26	4	3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	1	3	3	4	1	3	3	1	1	53
27	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	42
28	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	1	1	53
29	4	3	3	2	2	3	3	3	1	4	3	2	3	3	4	1	3	3	1	2	53
30	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	38
31	4	3	2	4	3	3	4	3	3	1	2	2	4	3	2	4	2	3	1	2	55
32	3	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	40
33	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	41
34	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	36
35	2	3	2	4	2	2	3	2	3	1	1	1	3	2	1	3	1	2	3	2	43
36	2	2	1	1	2	2	4	3	1	3	1	2	1	2	1	1	3	2	1	1	36
37	2	1	2	2	1	2	3	1	3	2	1	2	2	1	3	1	3	1	1	2	36
38	2	2	1	1	1	2	3	3	2	2	1	1	1	2	2	1	3	2	1	2	35
39	3	1	2	1	2	2	3	1	1	3	1	1	2	1	3	1	2	1	1	2	34
40	4	2	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	57
41	1	2	2	1	2	3	3	2	3	1	1	2	2	1	3	1	3	2	1	2	38
42	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	43
43	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	57
44	2	1	2	1	2	2	3	2	1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	2	1	35
45	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	44

46	2	1	2	1	2	2	3	2	3	4	2	2	1	2	3	3	3	2	3	1	44
47	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	47
48	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	2	3	2	3	4	3	4	3	4	61
49	3	2	4	3	1	3	4	3	3	4	2	2	4	2	4	2	4	3	4	2	59
50	1	1	2	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	3	1	2	2	34
51	2	1	1	2	1	2	3	1	3	2	1	1	2	1	2	1	3	2	1	2	34
52	4	2	3	1	2	2	3	4	3	3	4	3	1	3	4	2	4	3	3	2	56
53	3	2	4	2	3	4	3	3	3	4	3	1	4	4	3	2	4	4	2	2	60
54	3	3	4	2	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	2	2	63
55	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	72
56	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	77
57	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	45
58	4	1	1	3	1	1	1	2	3	2	1	1	1	2	1	4	2	1	3	3	38
59	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	3	1	1	2	2	31
60	3	2	1	3	2	3	4	1	3	1	1	2	2	2	2	2	3	2	1	1	41
61	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	3	2	1	1	32
62	1	1	1	2	4	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	30
63	1	2	1	4	3	1	1	2	4	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	36
64	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	31
65	2	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	26
66	1	1	1	1	1	2	3	1	4	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	1	30
67	1	1	1	3	3	2	1	1	4	2	2	4	1	2	1	4	1	2	3	4	43
68	2	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	25
69	2	1	2	2	2	2	1	1	1	3	1	3	1	2	2	1	3	1	1	2	34
70	3	2	1	1	1	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	37

71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	22
72	1	2	2	1	1	2	3	1	1	3	1	3	1	2	2	1	3	2	2	1	35	
73	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	68	
74	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	71	
75	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	26	
76	3	1	3	4	4	3	2	2	4	3	4	4	2	3	1	4	2	1	4	1	55	
77	1	3	3	4	3	2	1	1	4	2	2	3	2	1	2	4	2	2	4	3	49	
78	1	2	1	4	3	4	2	1	4	4	1	3	1	2	2	4	3	1	3	2	48	
79	3	4	1	1	2	2	4	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	1	1	2	38	
80	3	2	1	2	1	2	3	2	3	4	1	2	2	1	3	1	3	2	2	2	42	
81	2	1	2	1	3	4	3	2	4	4	1	2	1	2	3	4	3	2	4	2	50	
82	2	1	2	1	2	3	4	1	1	4	1	2	2	1	3	1	2	1	2	1	37	
83	3	2	1	1	2	3	4	2	4	4	1	2	1	2	3	1	2	1	1	2	42	
84	3	1	2	4	2	3	3	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	40	
85	2	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	1	1	58	
86	2	2	2	2	3	3	4	2	4	2	1	3	2	2	3	4	3	1	2	2	49	
87	4	3	2	4	4	2	3	2	4	3	2	4	1	1	2	4	3	2	4	1	55	
88	4	1	3	3	4	4	4	2	4	1	1	4	3	3	2	4	3	2	4	4	60	

DATA MENTAH SEBELUM UJI COBA

Perilaku Konsumtif (Y)

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y1	Y4	Y24	TOTAL
1	4	4	1	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	4	4	1	1	4	4	1	1	62
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	51
3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	1	2	3	3	2	2	4	3	3	2	3	3	2	3	65
4	3	3	2	2	2	2	1	1	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	52
5	4	2	1	2	4	1	1	2	3	4	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	4	4	49
6	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	4	35
7	2	3	1	1	2	3	1	1	2	1	2	1	3	2	3	2	4	1	1	1	4	4	1	1	47
8	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	50
9	4	2	1	1	1	2	1	1	2	4	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	3	41
10	4	1	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	4	47
11	3	3	1	1	2	2	1	1	3	3	1	2	1	2	2	2	3	1	2	2	3	3	2	4	50
12	3	4	1	2	1	4	2	2	3	2	4	1	2	1	1	3	1	1	1	3	2	2	3	1	50
13	3	2	2	2	2	1	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	3	52
14	4	3	2	2	3	2	1	1	3	4	2	1	2	3	2	2	3	2	1	1	4	3	2	3	56
15	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	60
16	4	1	1	1	4	4	2	2	3	3	2	1	4	4	2	1	4	4	2	1	4	4	1	1	60
17	3	4	2	1	4	2	1	2	2	4	1	2	2	2	1	1	3	1	1	1	3	1	2	4	50
18	3	3	2	2	2	1	2	1	1	3	1	2	2	2	2	2	3	1	2	3	3	3	3	3	52
19	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	53
20	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	4	2	3	3	2	4	44

21	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2	1	1	1	1	4	4	2	4	41
22	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	60
23	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	52
24	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	4	32
25	3	1	4	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	4	38
26	4	3	2	1	3	4	2	1	3	3	2	2	4	4	1	2	3	4	1	1	3	4	2	2	61
27	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	3	2	2	3	44
28	3	3	2	1	4	3	1	2	4	4	1	2	4	4	2	1	3	3	1	2	3	3	2	2	60
29	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	1	3	4	2	1	4	3	1	2	3	4	2	2	57
30	4	3	1	1	3	1	1	1	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	52
31	3	4	1	1	4	2	4	1	1	2	4	1	3	2	2	3	2	1	3	3	3	2	1	2	55
32	2	3	1	1	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	49
33	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	51
34	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	4	49
35	1	3	1	1	2	3	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	3	1	2	1	3	3	2	4	49
36	2	3	1	2	2	2	1	1	1	2	4	2	2	1	1	1	3	1	1	2	3	4	2	4	48
37	3	3	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	1	2	1	3	2	1	2	4	3	1	4	47
38	2	3	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2	2	4	3	2	3	50
39	3	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	3	1	1	2	4	3	1	4	44
40	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	55
41	4	2	2	1	2	1	2	1	4	3	1	1	1	2	1	2	4	2	2	1	2	1	2	4	48
42	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	50
43	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	73
44	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	3	4	2	1	3	1	1	2	3	4	2	4	48
45	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	56

46	4	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	1	4	41
47	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	53
48	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	1	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	1	71
49	4	4	1	3	4	2	1	2	4	4	2	3	4	4	3	1	3	2	1	2	4	4	3	3	68
50	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2	2	4	3	2	4	44
51	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	3	1	3	1	2	2	4	3	2	4	46
52	4	4	2	1	2	3	2	3	2	3	2	1	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	2	3	61
53	4	4	2	2	4	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	1	3	2	2	1	3	2	4	1	65
54	4	4	1	2	3	4	2	2	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	2	2	4	3	4	2	70
55	4	4	4	2	4	3	1	1	3	3	1	2	4	4	2	2	4	3	1	2	4	4	4	2	68
56	3	4	4	3	3	4	1	2	4	3	4	1	3	3	1	1	3	3	3	2	4	4	4	2	69
57	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	3	3	2	2	2	3	3	3	3	50
58	4	2	4	1	2	3	1	2	1	4	1	2	1	1	1	1	1	2	4	4	1	2	2	3	50
59	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	2	2	3	48
60	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	4	39
61	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	4	40
62	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	3	38
63	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	4	43
64	1	3	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	3	38
65	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	4	1	3	2	2	1	1	2	4	2	2	1	2	4	45
66	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	1	4	33
67	2	1	1	1	1	1	1	2	4	1	2	2	2	1	4	2	1	1	2	1	3	2	4	4	46
68	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	3	3	4	4	40
69	3	3	1	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	3	3	2	4	55
70	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	4	1	1	1	3	2	2	4	51

71	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	3	2	2	4	37
72	3	4	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2	1	1	3	3	2	3	52	
73	3	4	2	1	3	3	2	1	2	3	2	1	3	3	2	1	3	3	1	1	3	3	2	1	53	
74	4	3	2	1	3	4	1	2	3	4	2	1	2	3	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	56	
75	2	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	3	2	3	4	41	
76	1	2	4	3	1	4	3	4	4	2	4	2	4	2	4	1	1	3	2	4	2	2	4	3	66	
77	4	1	4	3	2	1	1	4	2	2	4	1	1	2	3	4	3	1	4	3	3	1	4	3	61	
78	3	1	4	3	1	1	3	3	1	2	4	4	2	1	3	4	3	3	4	4	2	4	4	2	66	
79	2	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	1	3	4	2	4	3	4	2	1	3	4	4	4	76	
80	2	3	4	1	2	3	4	4	3	4	4	1	3	4	3	4	3	2	2	1	3	4	4	3	71	
81	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	1	3	4	2	4	3	2	1	2	4	3	4	2	73	
82	3	4	4	4	2	3	4	1	3	4	4	4	3	3	1	4	4	2	1	3	3	4	4	3	75	
83	4	3	4	4	4	2	4	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	1	2	3	4	3	4	4	81	
84	2	2	4	2	2	3	4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	3	2	2	3	2	4	4	3	68	
85	4	3	4	1	4	3	4	2	2	1	4	4	3	2	4	4	2	1	4	4	1	2	4	4	71	
86	4	2	4	2	2	3	4	2	3	4	4	4	3	2	4	4	3	2	2	2	2	3	4	3	72	
87	2	3	4	2	3	3	4	3	2	2	4	4	2	2	4	4	3	1	1	4	2	3	4	2	68	
88	4	4	4	1	2	2	4	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	1	2	2	2	3	4	3	71	

Lampiran 4
DATA MENTAH SETELAH UJI COBA
Konformitas Teman Sebaya (X)

NO	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	TOTAL
1	4	4	4	1	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	1	49
2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	43
3	3	2	1	1	3	3	3	2	2	2	1	2	2	1	3	2	3	3	3	3	45
4	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	46
5	2	2	2	3	1	3	3	4	3	2	1	1	4	4	2	1	2	2	3	1	46
6	3	3	2	3	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	4	1	35
7	4	3	3	2	2	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	2	1	2	1	1	45
8	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	45
9	4	3	1	1	1	2	2	1	2	4	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	34
10	2	2	2	3	3	3	3	2	3	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	37
11	2	3	1	3	3	2	3	3	3	1	1	2	1	1	2	1	3	1	2	1	39
12	1	2	2	1	2	3	2	1	2	4	2	2	4	3	3	3	1	4	1	1	44
13	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	37
14	3	3	2	2	2	2	2	2	1	4	1	2	1	2	2	2	2	2	2	1	40
15	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	1	4	4	4	1	4	4	1	1	59
16	4	4	4	1	1	4	4	4	1	4	4	1	3	3	3	2	3	3	2	2	57
17	3	4	1	3	1	2	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	2	1	1	1	37
18	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	1	2	2	2	2	1	2	2	3	1	39
19	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	44

20	3	4	2	3	1	1	2	2	3	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	36
21	4	1	1	2	3	1	1	1	4	1	1	4	1	1	1	3	1	1	4	1	37
22	3	3	1	2	2	2	2	2	2	3	1	2	3	1	1	2	2	2	3	1	40
23	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	46
24	4	4	3	2	1	1	1	2	2	4	1	2	1	1	1	1	3	1	1	1	37
25	2	2	3	3	3	3	3	2	3	1	1	2	1	3	1	2	2	1	2	1	41
26	4	3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	1	3	3	4	1	3	3	1	1	53
27	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	42
28	4	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	1	1	53
29	4	3	3	2	2	3	3	3	1	4	3	2	3	3	4	1	3	3	1	2	53
30	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	3	1	38
31	4	3	2	4	3	3	4	3	3	1	2	2	4	3	2	4	2	3	1	2	55
32	3	2	2	2	1	1	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	40
33	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	41
34	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	36
35	2	3	2	4	2	2	3	2	3	1	1	1	3	2	1	3	1	2	3	2	43
36	2	2	1	1	2	2	4	3	1	3	1	2	1	2	1	1	3	2	1	1	36
37	2	1	2	2	1	2	3	1	3	2	1	2	2	1	3	1	3	1	1	2	36
38	2	2	1	1	1	2	3	3	2	2	1	1	1	2	2	1	3	2	1	2	35
39	3	1	2	1	2	2	3	1	1	3	1	1	2	1	3	1	2	1	1	2	34
40	4	2	3	3	3	3	4	3	2	4	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	57
41	1	2	2	1	2	3	3	2	3	1	1	2	2	1	3	1	3	2	1	2	38
42	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	43
43	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	57
44	2	1	2	1	2	2	3	2	1	2	1	2	2	1	2	1	3	2	2	1	35

45	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	44
46	2	1	2	1	2	2	3	2	3	4	2	2	1	2	3	3	3	2	3	1	44
47	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	47
48	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	2	3	2	3	4	3	4	3	4	61
49	3	2	4	3	1	3	4	3	3	4	2	2	4	2	4	2	4	3	4	2	59
50	1	1	2	1	2	2	3	1	2	2	2	1	2	1	2	1	3	1	2	2	34
51	2	1	1	2	1	2	3	1	3	2	1	1	2	1	2	1	3	2	1	2	34
52	4	2	3	1	2	2	3	4	3	3	4	3	1	3	4	2	4	3	3	2	56
53	3	2	4	2	3	4	3	3	3	4	3	1	4	4	3	2	4	4	2	2	60
54	3	3	4	2	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	4	4	2	2	63
55	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	72
56	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	77
57	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	45
58	4	1	1	3	1	1	1	2	3	2	1	1	1	2	1	4	2	1	3	3	38
59	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	3	1	1	2	2	31
60	3	2	1	3	2	3	4	1	3	1	1	2	2	2	2	2	3	2	1	1	41
61	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	3	2	1	1	32
62	1	1	1	2	4	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	30
63	1	2	1	4	3	1	1	2	4	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	36
64	1	1	1	1	3	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	31
65	2	1	1	1	1	2	2	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	26
66	1	1	1	1	1	2	3	1	4	1	1	1	1	1	2	4	1	1	1	1	30
67	1	1	1	3	3	2	1	1	4	2	2	4	1	2	1	4	1	2	3	4	43
68	2	1	1	1	1	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	25
69	2	1	2	2	2	2	1	1	1	3	1	3	1	2	2	1	3	1	1	2	34

70	3	2	1	1	1	2	2	1	1	3	2	2	2	2	2	2	3	2	1	2	37
71	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	22
72	1	2	2	1	1	2	3	1	1	3	1	3	1	2	2	1	3	2	2	1	35
73	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	68
74	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	71
75	1	1	1	1	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	1	1	26
76	3	1	3	4	4	3	2	2	4	3	4	4	2	3	1	4	2	1	4	1	55
77	1	3	3	4	3	2	1	1	4	2	2	3	2	1	2	4	2	2	4	3	49
78	1	2	1	4	3	4	2	1	4	4	1	3	1	2	2	4	3	1	3	2	48
79	3	4	1	1	2	2	4	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	1	1	2	38
80	3	2	1	2	1	2	3	2	3	4	1	2	2	1	3	1	3	2	2	2	42
81	2	1	2	1	3	4	3	2	4	4	1	2	1	2	3	4	3	2	4	2	50
82	2	1	2	1	2	3	4	1	1	4	1	2	2	1	3	1	2	1	2	1	37
83	3	2	1	1	2	3	4	2	4	4	1	2	1	2	3	1	2	1	1	2	42
84	3	1	2	4	2	3	3	3	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	40
85	2	2	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	2	2	4	3	3	1	1	58
86	2	2	2	2	3	3	4	2	4	2	1	3	2	2	3	4	3	1	2	2	49
87	4	3	2	4	4	2	3	2	4	3	2	4	1	1	2	4	3	2	4	1	55
88	4	1	3	3	4	4	4	2	4	1	1	4	3	3	2	4	3	2	4	4	60

DATA MENTAH SETELAH UJI COBA

Perilaku Konsumtif (Y)

NO	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y20	Y22	Y23	TOTAL
1	4	4	1	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	4	2	2	4	4	1	4	1	56
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	44
3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	4	1	2	3	3	2	2	4	3	2	3	2	56
4	3	3	2	2	2	2	1	1	3	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	45
5	4	2	1	2	4	1	1	2	3	4	1	2	1	1	1	1	1	1	3	2	4	42
6	3	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	28
7	2	3	1	1	2	3	1	1	2	1	2	1	3	2	3	2	4	1	1	4	1	41
8	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	43
9	4	2	1	1	1	2	1	1	2	4	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	35
10	4	1	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	39
11	3	3	1	1	2	2	1	1	3	3	1	2	1	2	2	2	3	1	2	3	2	41
12	3	4	1	2	1	4	2	2	3	2	4	1	2	1	1	3	1	1	3	2	3	46
13	3	2	2	2	2	1	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	45
14	4	3	2	2	3	2	1	1	3	4	2	1	2	3	2	2	3	2	1	3	2	48
15	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	1	4	1	54
16	4	1	1	1	4	4	2	2	3	3	2	1	4	4	2	1	4	4	1	4	1	53
17	3	4	2	1	4	2	1	2	2	4	1	2	2	2	1	1	3	1	1	1	2	42
18	3	3	2	2	2	1	2	1	1	3	1	2	2	2	2	2	3	1	3	3	3	44
19	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	46
20	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	3	2	33
21	1	1	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	4	1	1	2	1	1	1	4	2	32

22	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	53
23	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	44
24	1	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	23
25	3	1	4	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	2	32
26	4	3	2	1	3	4	2	1	3	3	2	2	4	4	1	2	3	4	1	4	2	55
27	2	2	2	2	2	2	1	1	2	3	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	37
28	3	3	2	1	4	3	1	2	4	4	1	2	4	4	2	1	3	3	2	3	2	54
29	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	1	3	4	2	1	4	3	2	4	2	51
30	4	3	1	1	3	1	1	1	3	3	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	44
31	3	4	1	1	4	2	4	1	1	2	4	1	3	2	2	3	2	1	3	2	1	47
32	2	3	1	1	2	4	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	2	2	42
33	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	44
34	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	40
35	1	3	1	1	2	3	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	3	1	1	3	2	40
36	2	3	1	2	2	2	1	1	1	2	4	2	2	1	1	1	3	1	2	4	2	40
37	3	3	1	1	2	1	1	2	2	3	1	1	2	1	2	1	3	2	2	3	1	38
38	2	3	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	3	4	2	3	2	41
39	3	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	3	1	2	3	1	35
40	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	47
41	4	2	2	1	2	1	2	1	4	3	1	1	1	2	1	2	4	2	1	1	2	40
42	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	43
43	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	65
44	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	3	4	2	1	3	1	2	4	2	40
45	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	2	3	2	3	2	2	2	3	48
46	4	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	1	1	1	33

47	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	45
48	4	3	3	3	3	2	2	2	3	4	1	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	63
49	4	4	1	3	4	2	1	2	4	4	2	3	4	4	3	1	3	2	2	4	3	60
50	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2	3	2	34
51	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	3	1	3	1	2	3	2	36
52	4	4	2	1	2	3	2	3	2	3	2	1	3	4	1	2	3	4	2	4	2	54
53	4	4	2	2	4	4	2	3	3	4	2	3	3	4	2	1	3	2	1	2	4	59
54	4	4	1	2	3	4	2	2	3	4	3	2	4	3	3	2	4	3	2	3	4	62
55	4	4	4	2	4	3	1	1	3	3	1	2	4	4	2	2	4	3	2	4	4	61
56	3	4	4	3	3	4	1	2	4	3	4	1	3	3	1	1	3	3	2	4	4	60
57	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	3	3	2	2	3	3	42
58	4	2	4	1	2	3	1	2	1	4	1	2	1	1	1	1	1	2	4	2	2	42
59	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	41
60	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	31
61	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	32
62	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	32
63	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	35
64	1	3	1	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	31
65	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	4	1	3	2	2	1	1	2	2	1	2	35
66	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	3	1	25
67	2	1	1	1	1	1	1	2	4	1	2	2	2	1	4	2	1	1	1	2	4	37
68	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	3	4	32
69	3	3	1	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	47
70	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	4	1	1	2	2	43
71	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	2	29

72	3	4	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	3	2	3	3	2	1	3	2	45
73	3	4	2	1	3	3	2	1	2	3	2	1	3	3	2	1	3	3	1	3	2	48
74	4	3	2	1	3	4	1	2	3	4	2	1	2	3	1	2	3	2	2	2	2	49
75	2	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	2	3	33
76	1	2	4	3	1	4	3	4	4	2	4	2	4	2	4	1	1	3	4	2	4	59
77	4	1	4	3	2	1	1	4	2	2	4	1	1	2	3	4	3	1	3	1	4	51
78	3	1	4	3	1	1	3	3	1	2	4	4	2	1	3	4	3	3	4	4	4	58
79	2	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	1	3	4	2	4	3	4	1	4	4	67
80	2	3	4	1	2	3	4	4	3	4	4	1	3	4	3	4	3	2	1	4	4	63
81	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	1	3	4	2	4	3	2	2	3	4	66
82	3	4	4	4	2	3	4	1	3	4	4	4	3	3	1	4	4	2	3	4	4	68
83	4	3	4	4	4	2	4	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	1	3	3	4	71
84	2	2	4	2	2	3	4	2	2	2	4	4	2	2	4	4	3	2	3	4	4	61
85	4	3	4	1	4	3	4	2	2	1	4	4	3	2	4	4	2	1	4	2	4	62
86	4	2	4	2	2	3	4	2	3	4	4	4	3	2	4	4	3	2	2	3	4	65
87	2	3	4	2	3	3	4	3	2	2	4	4	2	2	4	4	3	1	4	3	4	63
88	4	4	4	1	2	2	4	2	4	3	4	4	3	3	4	2	4	1	2	3	4	64

Lampiran 5

Uji Validitas dan Reliabilitas Sebelum Uji Coba

Reliability

Scale: Konformitas Teman Sebaya

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.897	.900	20

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1	2.57	.980	88
X2	2.19	.957	88
X3	2.07	.907	88
X4	2.18	1.045	88
X5	2.15	.917	88
X6	2.38	.862	88
X7	2.75	.913	88
X8	2.02	.830	88
X9	2.53	1.039	88
X10	2.47	1.061	88
X11	1.72	.922	88
X12	2.14	.937	88
X13	2.09	.978	88
X14	1.98	.922	88
X15	2.15	.865	88
X16	2.20	1.136	88
X17	2.45	.801	88
X18	1.95	.921	88

X19	2.11	1.055	88
X20	1.74	.823	88

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.192	1.716	2.750	1.034	1.603	.071	20
Item Variances	.898	.642	1.291	.649	2.012	.029	20
Inter-Item Covariances	.272	-.079	.671	.750	-8.465	.026	20
Inter-Item Correlations	.311	-.081	.732	.813	-9.045	.033	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	41.27	111.810	.409	.418	.895
X2	41.65	111.771	.423	.471	.895
X3	41.77	107.580	.682	.637	.887
X4	41.66	110.595	.434	.630	.895
X5	41.69	110.698	.503	.593	.892
X6	41.47	108.275	.681	.685	.888
X7	41.09	112.313	.418	.549	.895
X8	41.82	109.484	.637	.688	.889
X9	41.31	111.939	.374	.537	.896
X10	41.38	110.513	.430	.496	.895
X11	42.13	107.812	.657	.627	.888
X12	41.70	110.509	.500	.561	.892
X13	41.75	107.707	.619	.686	.889
X14	41.86	107.246	.688	.619	.887
X15	41.69	110.491	.550	.656	.891
X16	41.64	109.338	.447	.610	.895
X17	41.39	112.631	.469	.531	.893
X18	41.89	106.952	.705	.761	.887
X19	41.73	110.408	.438	.493	.895
X20	42.10	112.185	.480	.419	.893

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
43.84	121.239	11.011	20

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between People		527.389	87	6.062		
Within People	Between Items	118.770	19	6.251	9.984	<.001
	Residual	1034.930	1653	.626		
	Total	1153.700	1672	.690		
Total		1681.089	1759	.956		

Grand Mean = 2.19

Reliability

Scale: Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

Cases		N	
		N	%
Valid	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based	
	on Standardized Items	N of Items
.866	.863	24

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	2.78	.988	88
Y2	2.57	.944	88
Y3	2.08	1.147	88
Y4	1.74	.735	88
Y5	2.25	.950	88
Y6	2.22	.976	88
Y7	1.83	.997	88

Y8	1.78	.837	88
Y9	2.26	.928	88
Y10	2.51	1.039	88
Y11	2.10	1.094	88
Y12	1.83	.913	88
Y13	2.33	.880	88
Y14	2.24	1.028	88
Y15	2.05	.934	88
Y16	1.98	.959	88
Y17	2.67	.893	88
Y18	1.89	.952	88
Y19	1.78	.823	88
Y20	1.86	.847	88
Y21	2.83	.820	88
Y22	2.61	.952	88
Y23	2.44	1.015	88
Y24	3.06	.939	88

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.237	1.739	3.057	1.318	1.758	.143	24
Item Variances	.894	.540	1.315	.775	2.436	.030	24
Inter-Item Covariances	.189	-.576	.753	1.329	-1.309	.050	24
Inter-Item Correlations	.208	-.628	.691	1.319	-1.100	.058	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	50.91	116.957	.377	.518	.862
Y2	51.12	117.513	.370	.539	.863
Y3	51.61	111.619	.539	.624	.857
Y4	51.95	117.561	.495	.588	.859
Y5	51.44	114.709	.510	.601	.858
Y6	51.48	114.022	.528	.691	.857
Y7	51.86	112.372	.597	.732	.855
Y8	51.91	116.704	.475	.446	.860
Y9	51.43	114.363	.542	.581	.857

Y10	51.18	113.001	.539	.638	.857
Y11	51.59	112.290	.539	.696	.857
Y12	51.86	115.820	.475	.675	.859
Y13	51.36	114.234	.583	.708	.856
Y14	51.45	111.538	.616	.735	.854
Y15	51.65	115.794	.464	.602	.860
Y16	51.72	113.769	.552	.626	.857
Y17	51.02	116.275	.463	.603	.860
Y18	51.81	115.859	.450	.607	.860
Y19	51.91	123.049	.124	.403	.869
Y20	51.83	118.097	.390	.595	.862
Y21	50.86	122.763	.140	.701	.868
Y22	51.08	115.982	.444	.641	.860
Y23	51.25	112.328	.587	.639	.855
Y24	50.64	136.510	-.520	.535	.888

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.237	1.739	3.057	1.318	1.758	.143	24
Item Variances	.894	.540	1.315	.775	2.436	.030	24
Inter-Item Covariances	.189	-.576	.753	1.329	-1.309	.050	24
Inter-Item Correlations	.208	-.628	.691	1.319	-1.100	.058	24

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
53.69	125.985	11.224	24

ANOVA

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig	
Between People	456.696	87	5.249			
Within People	Between Items	289.484	23	12.586	17.862	<.001
	Residual	1409.974	2001	.705		
	Total	1699.458	2024	.840		
Total	2156.155	2111	1.021			

Grand Mean = 2.24

Lampiran 6

Uji Validitas dan Reliabilitas Setelah Uji Coba

Reliability

Scale: Perilaku Konsumtif Setelah Uji Coba

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	88	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	88	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha		
Based on		
Cronbach's Alpha	Standardized Items	N of Items
.894	.894	21

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	2.78	.988	88
Y2	2.57	.944	88
Y3	2.08	1.147	88
Y4	1.74	.735	88
Y5	2.25	.950	88
Y6	2.22	.976	88
Y7	1.83	.997	88
Y8	1.78	.837	88
Y9	2.26	.928	88
Y10	2.51	1.039	88
Y11	2.10	1.094	88
Y12	1.83	.913	88
Y13	2.33	.880	88
Y14	2.24	1.028	88
Y15	2.05	.934	88
Y16	1.98	.959	88
Y17	2.67	.893	88

Y18	1.89	.952	88
Y20	1.86	.847	88
Y22	2.61	.952	88
Y23	2.44	1.015	88

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	2.192	1.739	2.784	1.045	1.601	.101	21
Item Variances	.915	.540	1.315	.775	2.436	.029	21
Inter-Item Covariances	.263	-.068	.753	.822	-11.006	.027	21
Inter-Item Correlations	.287	-.090	.691	.781	-7.636	.028	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	43.24	120.230	.389	.500	.893
Y2	43.45	120.573	.394	.472	.893
Y3	43.94	115.158	.535	.612	.889
Y4	44.28	121.332	.479	.511	.891
Y5	43.77	118.224	.509	.566	.889
Y6	43.81	116.755	.565	.629	.888
Y7	44.19	115.767	.600	.728	.887
Y8	44.24	120.299	.470	.443	.891
Y9	43.76	117.448	.563	.572	.888
Y10	43.51	116.161	.553	.633	.888
Y11	43.92	115.867	.534	.680	.889
Y12	44.19	119.215	.481	.571	.890
Y13	43.69	117.548	.592	.690	.887
Y14	43.78	114.447	.642	.712	.886
Y15	43.98	119.586	.449	.572	.891
Y16	44.05	117.469	.541	.615	.889
Y17	43.35	119.771	.463	.549	.891
Y18	44.14	118.993	.469	.567	.891
Y20	44.16	121.813	.380	.559	.893
Y22	43.41	119.486	.444	.531	.891

Y23	43.58	116.086	.572	.634	.888
-----	-------	---------	------	------	------

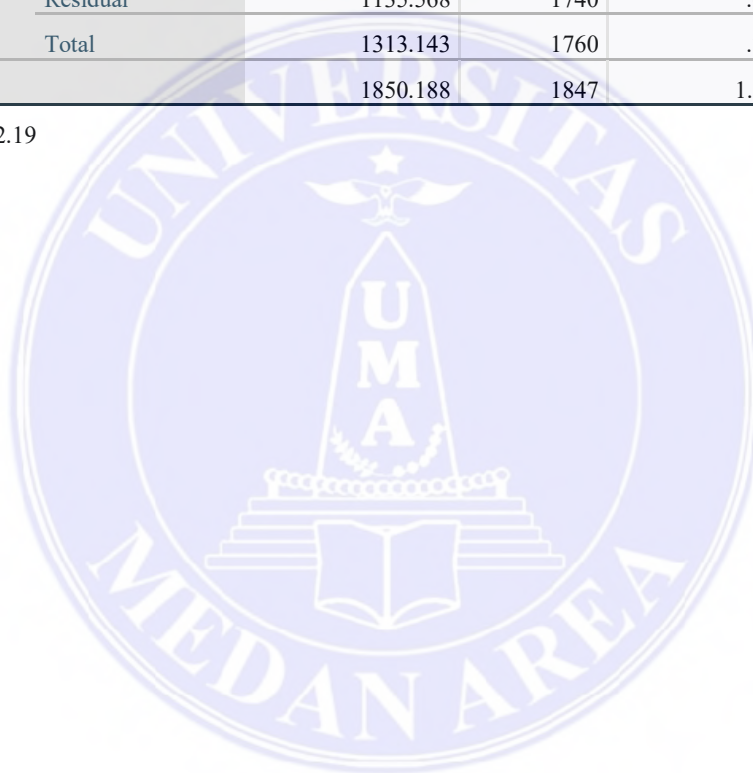
Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
46.02	129.632	11.386	21

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
Between People		537.045	87	6.173		
Within People	Between Items	177.575	20	8.879	13.605	<.001
	Residual	1135.568	1740	.653		
	Total	1313.143	1760	.746		
Total		1850.188	1847	1.002		

Grand Mean = 2.19



Lampiran 7

Uji Normalitas dan Uji Linearitas

NPar Tests

	Descriptive Statistics						
	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum	25th	Percentiles 50th (Median)	75th
Konformitas Teman Sebaya	43.84	11.011	22	77	36.00	42.00	49.75
Perilaku Konsumtif	46.02	11.386	23	71	37.25	44.00	54.75

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Konformitas Teman Sebaya	Perilaku Konsumtif	
N		88	88	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	43.84	46.02	
	Std. Deviation	11.011	11.386	
Most Extreme Differences	Absolute	.117	.104	
	Positive	.117	.104	
	Negative	-.083	-.077	
Test Statistic		.117	.104	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200	.200	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.006	.018	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.004	.015
		Upper Bound	.007	.022

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Uji Linearitas

Means

Case Processing Summary

	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Perilaku Konsumtif *	88	100.0%	0	0.0%	88	100.0%
Konformitas Teman Sebaya						

Report

Perilaku Konsumtif

Konformitas Teman Sebaya	Mean	N	Std. Deviation
22	29.00	1	.
25	32.00	1	.
26	34.00	2	1.414
30	28.50	2	4.950
31	36.00	2	7.071
32	32.00	1	.
34	37.40	5	5.413
35	38.50	4	7.326
36	37.20	5	3.114

37	41.71	7	13.877
38	48.25	4	12.606
39	42.50	2	2.121
40	51.00	4	8.042
41	35.67	3	7.234
42	57.00	3	17.776
43	41.00	4	3.162
44	43.25	4	6.898
45	45.50	4	7.047
46	43.67	3	1.528
47	45.00	1	.
48	58.00	1	.
49	57.33	3	7.095
50	66.00	1	.
53	53.33	3	2.082
55	56.33	3	8.327
56	54.00	1	.
57	55.00	3	9.165
58	62.00	1	.
59	57.00	2	4.243
60	61.50	2	3.536
61	63.00	1	.
63	62.00	1	.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

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

68	48.00	1	.
71	49.00	1	.
72	61.00	1	.
77	60.00	1	.
Total	46.02	88	11.386

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Perilaku Konsumtif * Konformitas Teman Sebaya	Between Groups (Combined)	7544.193	35	215.548	3.002	<,001
	Linearity	4859.399	1	4859.399	67.677	<,001
	Deviation from Linearity	2684.794	34	78.965	1.100	.372
Within Groups		3733.762	52	71.803		
Total		11277.955	87			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Perilaku Konsumtif * Konformitas Teman Sebaya	.656	.431	.818	.669

Lampiran 8

Uji Analisis Korelasi Product Moment

Correlations

	Descriptive Statistics		
	Mean	Std. Deviation	N
Perilaku Konsumtif	46.02	11.386	88
Konformitas Teman Sebaya	43.84	11.011	88

Correlations

		Konformitas Teman	
		Perilaku Konsumtif	Sebaya
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	1	.656**
	Sig. (2-tailed)		<,001
	N	88	88
Konformitas Teman Sebaya	Pearson Correlation	.656**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	
	N	88	88

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

Regression

Correlations

		Perilaku Konsumtif	Konformitas Teman Sebaya
Pearson Correlation	Perilaku Konsumtif	1.000	.656
	Konformitas Teman Sebaya	.656	1.000
Sig. (1-tailed)	Perilaku Konsumtif	.	<,001
	Konformitas Teman Sebaya	.000	.
N	Perilaku Konsumtif	88	88
	Konformitas Teman Sebaya	88	88

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	F Change	Change Statistics		Sig. F Change
							df1	df2	
1	.656 ^a	.431	.424	8.639	.431	65.109	1	86	<,001

a. Predictors: (Constant), Konformitas Teman Sebaya

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4859.399	1	4859.399	65.109	<,001 ^b
	Residual	6418.555	86	74.634		

Total	11277.955	87			
-------	-----------	----	--	--	--

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

b. Predictors: (Constant), Konformitas Teman Sebaya

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	16.266	3.801		4.279	<,001
	Konformitas Teman Sebaya	.679	.084	.656	8.069	<,001

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Lampiran 9

Analisis Frekuensi

Frequencies

		Statistics			
		Jenis Kelamin	Kelas	Umur	Domisili
N	Valid	88	88	88	88
	Missing	0	0	0	0
Mean		1.68	2.59	5.14	1.56
Median		2.00	3.00	5.00	2.00
Mode		2	3	5	2
Sum		148	228	452	137

Frequency Table

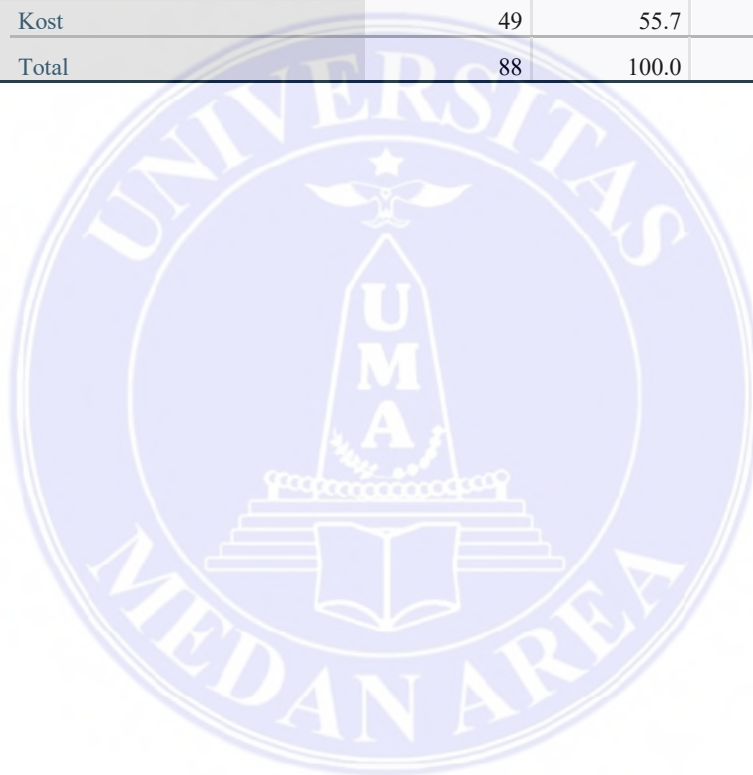
		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	28	31.8	31.8	31.8
	Perempuan	60	68.2	68.2	100.0
Total		88	100.0	100.0	

		Kelas			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	A1	4	4.5	4.5	4.5
	A2	35	39.8	39.8	44.3
	A3	45	51.1	51.1	95.5
	A4	2	2.3	2.3	97.7
	B2	1	1.1	1.1	98.9
	C1	1	1.1	1.1	100.0
	Total	88	100.0	100.0	

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	2	2.3	2.3	2.3
	19	4	4.5	4.5	6.8
	20	5	5.7	5.7	12.5

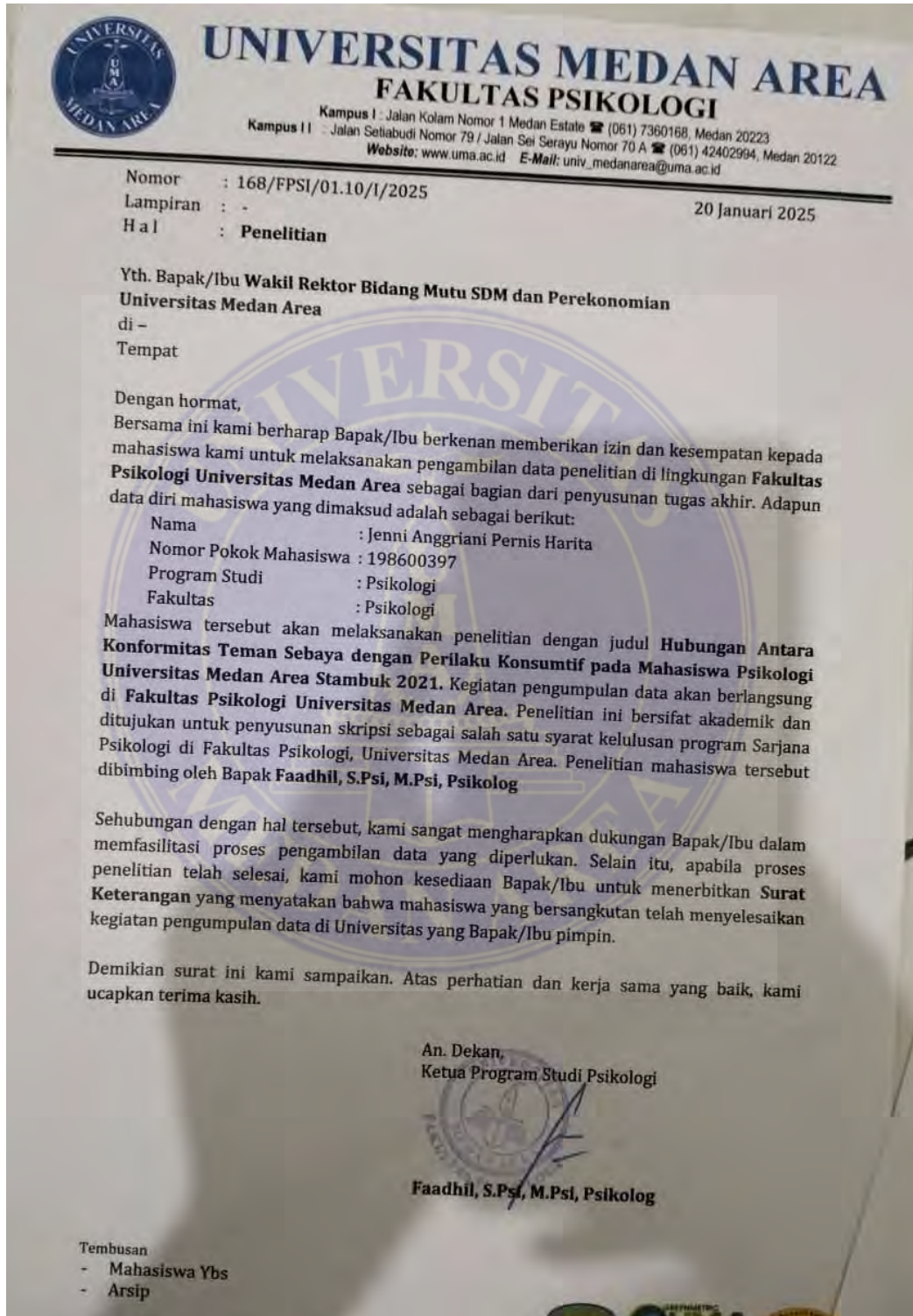
21	7	8.0	8.0	20.5
22	34	38.6	38.6	59.1
23	24	27.3	27.3	86.4
24	11	12.5	12.5	98.9
25	1	1.1	1.1	100.0
Total	88	100.0	100.0	

		Domisili			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggal Sama Orang Tua	39	44.3	44.3	44.3
	Kost	49	55.7	55.7	100.0
	Total	88	100.0	100.0	



Lampiran 10

Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 168/FPSI/01.10/1/2025
Lampiran : -
Hal : Penelitian

20 Januari 2025

Yth. Bapak/Ibu **Wakil Rektor Bidang Mutu SDM dan Perekonomian**
Universitas Medan Area
di -
Tempat

Dengan hormat,
Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **Fakultas Psikologi Universitas Medan Area** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Jenni Anggriani Pernis Harita
Nomor Pokok Mahasiswa : 198600397
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Psikologi

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul **Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021**. Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **Fakultas Psikologi Universitas Medan Area**. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area. Penelitian mahasiswa tersebut dibimbing oleh Bapak **Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog**


Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di Universitas yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

An. Dekan,
Ketua Program Studi Psikologi

Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Mahasiswa Ybs
- Arsip

**UNIVERSITAS MEDAN AREA**
Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 130/UMA/B/01.7/1/2025 20 Januari 2025
Lamp. : -
Hal : Izin Penelitian dan Pengambilan Data Tugas Akhir

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
di - Medan


Dengan hormat, sesuai dengan surat dari Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area nomor : 168/FPSI/01.10/1/2025 tertanggal 20 Januari 2025, perihal izin penelitian dan pengambilan data tugas akhir di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area oleh mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Jenni Anggriani Pernis Harita
NPM : 198600397
Program Studi : Psikologi


Dengan Judul Penelitian "**Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021**".

Pada Prinsipnya disetujui yang bersangkutan untuk melaksanakan izin penelitian dan pengambilan data tugas akhir di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area guna penyusunan Skripsi untuk kepentingan Ilmiah dan Akademik.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wakil Rektor Bidang Mutu SDM dan Perekonomian.

Dr. Dedi Saputra, S.Sos, MA

Tembusan :
1. Mahasiswa Ybs



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

SURAT KETERANGAN
Nomor : 1134/UMA/B/01.7/VII/2025


Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama	: Jenni Anggriani Pernis Harita
No.Pokok Mahasiswa	: 198600397
Fakultas	: Psikologi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area dengan Judul Skripsi "**Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area Stambuk 2021**".

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Demikian surat ini diterbitkan untuk dapat digunakan seperlunya.

Medan, 07 Juli 2025.
a.n Rector
Wakil Rector Bidang Mutu SDM & Perekonomian,

Dr. Dedi Sahputra, S.Sos, MA

CC :
- Arsip

