

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA DI KECAMATAN BUKIT RAYA KOTA
PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Akademik Guna

Menyelesaikan Jenjang Pendidikan Sarjana (S1)

Pada Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau



Disusun Oleh :

KRISDINAWATY

158110062

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU
PEKANBARU**

2019

LEMBAR PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI KECEMATAN
BUKIT RAYA KOTA PEKANBARU**

KRISDINAWATY

158110062

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal 03 Desember 2019

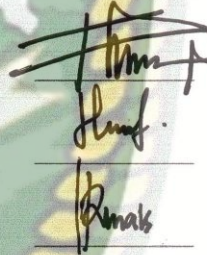
Dewan Penguji

Fikri, S.Psi., M.Si

Leni Armayati, S.PSI., M.Si

Irma Kusuma Salim, M.Psi., Psikolog

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Universitas Islam Riau

Pekanbaru,

Mengesahkan,

Dekan Fakultas Psikologi

Yanwat Arief, M.Psi., Psikolog



HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini Krisdinawaty dengan disaksikan oleh dewan penguji skripsi, dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia gelar kesarjanaan saya dicabut.

Pekanbaru, 03 Desember 2019

Yang Menyatakan,

Krisdinawaty



PERSEMBAHAN

“Dengan mengucap puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala nikmat, rahmat, dan kemudahan yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Maka dari itu skripsi ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua yang selalu mendukung, mendoakan dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan pendidikan, serta pembimbing skripsi penulis yang selalu memberikan arahan yang baik dan tepat, dan keluarga besar Psikologi Universitas Islam Riau sebagai keluarga baru penulis dalam mendukung perjalanan selama pendidikan”



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

MOTTO

“I know God won't give me anything I can't handle. I just wish he didn't trust me so much.” –*Mother Teresa of Calcuta.*

“Saya tidak bisa mengubah arah angin, namun saya bisa menyesuaikan pelajaran saya untuk menggapai tujuan saya.”-*Jimmy Dean.*

“Bersukacitalah dalam pengharapan, Sabarlah dalam kesesakan dan Bertekunlah dalam doa.” (*Roma 12:12.*)



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru”**. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi syarat gelar sarjana Psikologi Universitas Islam Riau.

Penulis menyadari bahwa selama menjalani proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan berupa bimbingan, dorongan, motivasi, serta doa yang selalu diperlukan oleh penulis hingga tersusunnya skripsi ini. Untuk itu, dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kedua Orang Tua penulis, Bapak dan Mama yang selalu mendoakan dan mendukung penulis untuk meraih cita-cita. Ketabahan dan kegigihan dalam mendidik penulis, membuat penulis bangga terhadap Bapak dan Mama. Semoga Tuhan selalu memberikan kesehatan kepada Bapak dan Mama, agar penulis dapat membahagiakan serta mewujudkan impian dan cita-cita.
2. Bapak Prof. Dr. H. Syafrinaldi, S.H., MCL selaku Rektor Universitas Islam Riau.
3. Bapak Yanwar Arief, M.Psi., Psikolog selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau, sekaligus sebagai dosen Pembimbing Akademik (PA) yang telah banyak memberikan motivasi dan support kepada penulis.
4. Ibu Irma Kusuma Salim, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan II Bidang Keuangan dan Kepegawaian Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.

5. Ibu Lisfarika Napitupulu, M.Psi., Psikolog selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan.
6. Ibu Yulia Herawati, S.Psi., M.A selaku ketua program studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
7. Bapak Ahmad Hidayat, S.TH.I., M.Psi., Psikolog selaku sekretaris program studi Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
8. Bapak Fikri, S.Psi., M.si selaku Wakil Dekan I Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau dan ketua UPM (Unit Penjamin Mutu) sekaligus sebagai Pembimbing I penulis yang sangat luar biasa memberikan perhatian, kebaikan, penuh dengan kesabaran mendampingi dan berkenan meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, memberikan pengetahuan, motivasi, arahan, kekuatan, doa, serta kemudahan dan kesempatan kepada penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Ibu Leni Armayati, S.Psi., M.Si selaku Kepala Laboratorium Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau sekaligus sebagai Pembimbing II penulis yang sangat luar biasa untuk meluangkan waktu ditengah kesibukan, dan selalu memberikan arahan bimbingan yang sangat baik kepada penulis.
10. Segenap dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau dan segenap pengurus TU Fakultas Psikologi Universitas Islam Riau.
11. Abang Freddy Lumban Gaol, S.Pi dan Abang Fery Lumban Gaol, S.P yang menjadi panutan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, yang selalu mendukung penulis dalam situasi apapun agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

12. Adik Yanti yang selalu mengingatkan saya untuk tidak selalu bosan dalam mengerjakan skripsi ini, serta dukungan dan keceriaan dengan tingkah laku dan sifatnya yang diberikan kepada penulis. Harapan penulis semoga perkuliahan adik dilancarkan oleh Tuhan dan selesai tepat pada waktunya.
13. Kakak Artha br. Hasibuan, S.Pi dan Kakak Betty br. Situmorang, S.Sos yang telah banyak memberikan motivasi kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
14. Pomparan Op. Ike Panjaitan, Op. Freddy Lumban Gaol, dan seluruh sepupu-sepupu penulis, yang selalu mendukung penulis.
15. Teman-teman penulis, yaitu Dwi Rahayu, Isnawati, Fatmawati, Evi Kristianti, Nika Aryani, Nadya Alfianda, Lusiana Manurung dan lainnya, yang selalu mendukung penulis.
16. Kepada semua pihak yang bersedia membantu proses penyelesaian skripsi penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Pekanbaru, Desember 2019

Krisdinawaty

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
ABSTRAK BAHASA ARAB	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Masalah	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Perilaku Konsumtif	10
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	10

2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	12
3. Faktor-faktor Perilaku Konsumtif.....	16
B. Konformitas.....	21
1. Pengertian Konformitas	21
2. Aspek-aspek Konformitas.....	22
3. Faktor-faktor Konformitas.....	24
C. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.....	26
D. Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi Variabel.....	30
B. Definisi Operasional Variabel.....	30
1. Konformitas.....	30
2. Perilaku Konsumtif	30
C. Subjek Penelitian.....	31
1. Populasi Penelitian.....	31
2. Sampel Penelitian.....	31
D. Metode Pengumpulan Data	34
1. Skala Konformitas.....	37
2. Skala Perilaku Konsumtif	40
E. Validitas dan Reliabilitas	40
1. Validitas Alat Ukur	40
2. Reliabilitas Alat Ukur	41

F. Metode Analisis Data	
1. Uji Persyaratan Analisis	41
a. Uji Normalitas	41
b. Uji Validitas	42
2. Uji Hipotesis Penelitian	42

BAB IV PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancah Penelitian	43
B. Persiapan Penelitian	43
1. Proses Perizinan	43
2. Pelaksanaan Uji Coba	44
C. Pelaksanaan Penelitian	44
D. Hasil Analisis Data	45
1. Data Demografi Subjek Penelitian	45
2. Deskripsi Data Penelitian	46
3. Uji Asumsi	49
a. Uji Normalitas	50
b. Uji Linieritas	41
c. Uji Hipotesis	52
d. Uji Korelasi Determinasi	52
E. Pembahasan	53

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan 58

B. Saran..... 59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	<i>Blue Print</i> skala Konformitas Sebelum Try Out	35
Tabel 3.2	<i>Blue Print</i> Skala Konformitas Setelah Try Out.....	36
Tabel 3.3	<i>Blue Print</i> Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Try Out	38
Tabel 3.4	<i>Blue Print</i> Skala Perilaku Konsumtif Setelah Try Out	39
Tabel 3.5	Klasifikasi Usia Subjek Penelitian.....	45
Tabel 3.6	Klasifikasi Jenis Kelamin Usia Subjek Penelitian	45
Tabel 3.7	Rentang Skor Penelitian	46
Tabel 3.8	Kategorisasi Variabel Konformitas	48
Tabel 3.9	Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif.....	49
Tabel 3.10	Hasil Uji Asumsi Normalitas	50
Tabel 3.11	Hasil Uji Asumsi Linieritas.....	51
Tabel 3.12	Hasil Uji Korelasi.....	52
Tabel 3.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	53

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA DI KECAMATAN BUKIT RAYA KOTA
PEKANBARU**

KRISDINAWATY

158110062

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM RIAU**

ABSTRAK

Salah satu dampak dari perkembangan teknologi di Indonesia menyebabkan semakin tinggi gaya hidup pada remaja sehingga mendorong munculnya perilaku konsumtif. Sebagai remaja sangat dipengaruhi oleh teman sebaya, agar dapat diterima oleh kelompok serta menjadikan remaja untuk ikut dalam aturan kelompok tersebut, sehingga hal ini akan memperkuat munculnya konformitas pada remaja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Populasi penelitian ini adalah remaja yang ada di Kecamatan Bukit Raya dengan jumlah 17.176 remaja, dengan sampel 336 remaja yang ada di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Data penelitian diambil dengan menggunakan skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *cluster sampling*. Sedangkan analisa statistik yang digunakan dalam penelitian adalah *korelasi product moment*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif sebesar ($r=0,169$, $p<0,05$). Adapun sumbangan efektif konformitas dengan perilaku konsumtif adalah 29%.

Kata kunci : Konformitas, Perilaku Konsumtif, Remaja

**THE CORRELATION BETWEEN CONFORMITY AND CONSUMPTIVE
BEHAVIOR ON ADOLESCENTS IN BUKIT RAYA DISTRICT,
PEKANBARU**

KRISDINAWATY

158110062

Faculty of Psychology

Islamic University of Riau

ABSTRACT

One of the impacts of technological development in Indonesia is the higher lifestyles among adolescents which encourage the emergence of consumptive behavior. As adolescents who are very influenced by peers, in order to be accepted by the group and to impulse teens participating in the rules of the group, so this will strengthen the emergence of conformity in adolescents. The purpose of this study is to find out the correlation between conformity and consumptive behavior on adolescents in Bukit Raya District, Pekanbaru. The population of this study is adolescents in Bukit Raya District with a total of 17.176 adolescents, and 336 adolescents are taken as samples. The research data is taken by using a scale of conformity and the scale of consumptive behavior. The sampling technique in this study uses cluster sampling technique. While the statistical analysis used in this research is product moment correlation. The study result indicates that there is a positive significant correlation between conformity and consumptive behavior of ($r=0.169$, $p<0,05$). The effective contribution of conformity towards consumptive behavior is 29%.

Keywords: Conformity, Consumptive Behavior, Adolescents

العلاقة بين المطابقة مع السلوك الاستهلاكي في سن المراهقة

في منطقة بوكيت رايا مدينة بكانبارو

كريسديناواتي

158110062

كلية علم النفس

الجامعة الاسلامية الرياوية

الملخص

أتمت الحياة العالية هي من آثار التطور التكنولوجي في إندونيسيا لدى المراهقين التي تشجع على ظهور السلوك الاستهلاكي. نظرًا لأن المراهقين يتأثرون جدًا بالأقران، لكي يتم قبولهم من قبل المجموعة جعل المراهقين يشاركون في قواعد المجموعة، فإن هذا سيعزز ظهور التوافق في المراهقين. كان الغرض من هذه الدراسة هو تحديد العلاقة بين المطابقة والسلوك الاستهلاكي لدى المراهقين في منطقة بوكيت رايا في مدينة بكانبارو، وكان سكان هذه الدراسة هم المراهقون في منطقة بوكيت رايا مع 17.176 نفر من السكان، مع عينة 336 من المراهقين في منطقة بوكيت رايا في مدينة بكانبارو. تم أخذ بيانات البحث باستخدام مقياس المطابقة وحجم السلوك الاستهلاكي. تستخدم تقنية أخذ العينات في هذه الدراسة تقنيات أخذ العينات العنقودية، في حين أن التحليل الإحصائي المستخدم في هذه الدراسة هو ارتباط ضرب العزوم. تشير نتائج هذه الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية ذات أهمية بين المطابقة مع السلوك الاستهلاكي بقدر ($r = 0.169$ $p < 0,05$). تكون

المساهمة الفعالة للمطابقة مع السلوك الاستهلاكي هي 29 %.

الكلمات المفتاحية: المطابقة، السلوك الاستهلاكي ، المراهقون.

DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I** Skala *Tryout*
- LAMPIRAN II** Hasil Distribusi dan *Tryout*
- LAMPIRAN III** Uji Reliabilitas dan Validitas *Tryout*
- LAMPIRAN IV** Skala Penelitian
- LAMPIRAN V** Hasil Distribusi dan Hasil Penelitian
- LAMPIRAN VI** Uji Reliabilitas dan Validitas Penelitian
- LAMPIRAN VII** Hasil Analisis Data



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya teknologi di era globalisasi pada saat sekarang di negara-negara dunia termasuk Indonesia, membuat perubahan yang menyangkut hampir secara keseluruhan di bidang kehidupan. Perubahan tersebut memberikan dampak pola kehidupan masyarakat sementara, kebiasaan, adat tradisi, yang lama sudah mulai ditinggalkan secara perlahan-lahan. Hal ini diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi, salah satunya adalah menyebabkan daya beli serta perilaku konsumtif yang semakin bertambah. Sehingga kondisi tersebut membawa kebiasaan yang berubah relatif singkat kearah yang lebih mewah dan berlebihan (Damayanti, 2014).

Pola konsumsi tersebut terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat walaupun dengan kadar yang berbeda-beda. Hampir tidak ada golongan yang luput dari pola konsumsi tersebut. Hal ini dicermati dengan adanya tempat-tempat perbelanjaan yang semakin banyak yang disebut dengan supermarket atau mall (Astuti & Puspitawati, 2008). Kondisi ini akan menimbulkan sebagai budaya konsumen atau yang lebih dikenalnya sebagai perilaku konsumtif dan menjadi pembentuk perilaku seseorang dalam melakukan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif yang menjadi fenomena dalam perkembangan masyarakat khususnya mahasiswa. Mahasiswa merupakan bagian dari remaja yang perkembangannya cenderung bersikap berhati-hati dalam menilai penampilannya.

Untuk menunjang penampilan tersebut mahasiswa cenderung akan berperilaku konsumtif. Sembiring (2008) mengatakan bahwa orang yang konsumtif dapat dikatakan apabila tidak dapat lagi mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu, dengan arti bahwa perilaku berkonsumsi secara berlebihan dan tidak memenuhi kebutuhannya melainkan keinginannya yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Parma (2007) mengatakan bahwa perilaku konsumtif pada remaja cenderung dipengaruhi oleh faktor rasional dan faktor emosional. Remaja yang berperilaku konsumtif yang mengutamakan rasional cenderung memperhitungkan manfaat harga produk yang berwujud mode atau *style* populer seiring zamannya, sedangkan remaja yang berperilaku konsumtif yang mengutamakan emosionalnya saja akan hanya memperhitungkan gengsi dan prestisenya.

Remaja yang berperilaku konsumtif rela mengeluarkan uangnya hanya untuk menjaga gengsi dalam pergaulannya, baik itu masalah makanan dan minuman, pakaian, juga masalah hiburan. Hal ini agar dianggap eksis dalam lingkungan pergaulannya. Perilaku konsumtif biasanya berpusat pada pusat-pusat perbelanjaan. Dapat dilihat dari data yang dihimpun Kementrian Pendidikan Nasional (Kemendiknas, 2010) bahwa 50% pengunjung pusat perbelanjaan atau mall adalah remaja. Pada awalnya remaja beralasan untuk berkumpul santai dengan teman-temannya akan tetapi lambat laun mall adalah tempat dimana remaja untuk menghambur-hamburkan uang. Berdasarkan hasil penelitian perilaku konsumtif remaja terlihat dari frekuensinya, dari jumlah remaja yang berkunjung 1 sampai 4 kali dan sampai dengan 13 atau 16 kali. Remaja cenderung berkunjung

untuk mendapatkan barang-barang yang ditawarkan tersebut. Remaja cenderung berperilaku konsumtif didukung oleh adanya tempat-tempat yang menurut mereka tertarik dalam alasan untuk refresing ataupun melakukan kegiatan belanja (Wahyudi, 2013).

Pada masa remaja individu mulai mengalami perubahan dalam sikap dan perilakunya sejajar dengan tingkat perubahan fisiknya. Remaja sangat mudah dipengaruhi oleh faktor yang ada diluar dirinya seperti keluarga, lingkungan, pergaulan, dan teman sebaya. Sifat-sifat inilah yang mengakibatkan remaja dianggap sebagai sasaran pasar yang paling menguntungkan. Salah satu faktor remaja dapat berperilaku konsumtif dipengaruhi oleh konformitas. Konformitas yang berkaitan dengan perilaku konsumtif (Yuliantari, 2015). Hal ini juga disebabkan karne remaja adalah pembentukan jati diri yang harus menguasai pemahaman diri, penganalan diri terhadap perilaku serta lingkungannya. Remaja akan mengubah diri bilamana ia melihat contoh ataupun model berdasarkan lingkungan yang ada padanya maupun kelompok tersebut, sebab demikian akan mengubah remaja berdasarkan keterikutan terhadap kelompok yang mana kelompok akan membentuk aturan sendiri dan remaja akan mengikuti aturan kelompok tersebut agar dapat diakui dan mengikuti aturan kelompok yang ada.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani (2013) perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja berkaitan dengan konformitas yang dimiliki oleh lingkungan seperti perumahan ataupun kos-kosan, dimana semakin tinggi konformitas dilingkungan kos akan membawa dampak munculnya perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa khususnya remaja, hal ini dapat dilihat

dari kategorisasi konformitas, sebesar 45,2% remaja melakukan perilaku konsumtif, dimana sampel penelitian berada pada kategori tinggi. Sehingga menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswi kos memiliki konformitas yang tinggi pada teman-teman kos. Menurut penelitian Perdana (2017) menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif, hal ini dipengaruhi oleh tuntutan faktor teman sebaya yang menjadi pemicu untuk menyamakan perilaku dengan kelompok acuan sehingga dapat terhindar dari celaan maupun keterasingan (Myers, 2012).

Sedangkan hasil penelitian menurut Putri (2017) menunjukkan adanya hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif, dimana remaja yang menaruh kepercayaan terhadap kelompok akan mudah untuk menerima informasi-informasi yang datang dari kelompok, yang akan menaikkan konformitas, sehingga mereka akan berperilaku kurang lebih sama atau identik akibat adanya tekanan yang nyata atau yang dibayangkan dari kelompok atau individu untuk mencapai tujuan tertentu, yaitu konformitas.

Konformitas adalah perilaku atau sikap mematuhi norma-norma sosial yang ada. Hal ini seperti pernyataan Baron & Byrne (2005), bahwa konformitas suatu jenis pengaruh sosial dimana dapat mengubah sikap dan tingkah laku individu agar sama dengan norma sosial yang ada, sehingga akan menimbulkan konformitas yang kuat. Lingkungan dalam kelompok sebagai acuan yang sangat berpengaruh konformitas terjadi pada remaja. Dengan demikian apabila dalam suatu konformitas, kelompok yang gemar dalam berbelanja remaja akan mengikuti perilaku yang terjadi dalam kelompok tersebut.

Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (dalam Sitohang, 2009), iklan hanya mampu mempengaruhi remaja sebesar 17% sedangkan 83% remaja lebih terpengaruh terhadap lingkungan kelompoknya. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zebua & Nurdjayadi (dalam Sitohang, 2009) yang menyatakan bahwa 15,8% perilaku membeli remaja dipengaruhi oleh konformitas. Kenyataan ini menandakan bahwa lingkungan pergaulan sangat besar mempengaruhi remaja dalam berkonformitas, supaya dapat mendukung suasana kompetitif agar tidak memperlihatkan ketinggalan terhadap mode terbaru lebih mempengaruhi remaja.

Menurut Asch (dalam Sears 2004) konformitas berarti menampilkan suatu tindakan dimana orang lain juga melakukan hal yang sama. Konformitas sering kali bersifat adaptif karena individu memang perlu menyesuaikan diri pada orang lain karena tindakan orang lain dapat memberikan informasi mengenai cara yang paling baik untuk bertindak dalam keadaan tertentu. Hal ini senada dengan penelitian Baron & Bryne (2004) yang mendefinisikan bahwa konformitas sebagai salah satu bentuk penyesuaian terhadap kelompok sosial. Sebab adanya tuntutan dari kelompok, meskipun tuntutan tersebut tidak terbuka.

Menurut Marton (dalam Sarwono, 2004) konformitas adalah sikap menerima nilai-nilai dan norma-norma dari lembaga masyarakat, sedangkan menurut Wills (dalam Sarwono, 2004) mendefinisikan bahwa konformitas adalah usaha individu agar dapat selaras dengan norma-norma kelompok tersebut, maka jika persepsi individu mengenai norma-norma kelompok berubah maka akan cenderung untuk mengubah tingkah lakunya pula (Sarwono, 2004).

Hal tersebut juga tergambar dalam wawancara dengan remaja putri yang berinisial DW, 20 Juli 2019 yang mengaku bahwa demi menjaga penampilan dan agar tidak merasa tertinggal oleh teman-teman sebayanya, ia rela mengikuti perkembangan apa saja yang ada dalam teman sebayanya, baik itu kebutuhan penampilan agar terkesan menarik dan lebih sama terlebih dapat diakui bahwa teman sebayanya dapat menerima ia secara sama dengan mereka. Begitu juga dengan subjek berinisial KR, 20 Juli 2019 yang mengaku bahwa ia rela mengeluarkan uangnya demi menjaga penampilan agar terlihat sama dengan teman-temannya, tidak penting berapa uang yang habis dikeluarkan agar kebutuhannya dapat terpenuhi, dan subjek berinisial RN yang mengaku bahwa hubungan dengan teman-teman sebaya sangat diperlukan sebab dengan mereka merasa satu lingkungan akan terlihat diakui begitu juga pengakuan subjek bahwa dengan mengikuti pola hidup teman-temannya tidak akan merasa minder sebab kesamaan mereka telah terpenuhi.

Hal tersebut didukung oleh beberapa hasil penelitian Lusiana (dalam Putri, 2017), diketahui bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif remaja, artinya semakin subjek memiliki konformitas yang tinggi maka ajkan semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada remaja, dan sebaliknya semakin subjek memiliki konformitas yang rendah maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada remaja. Begitu juga dengan hasil penelitian Sumarlin (dalam Fitriyani 2013) pada remaja dilingkungan peminum alkohol menunjukkan faktor yang besar berpengaruhnya pada perilaku konsumtif yang dilakukan remaja adalah pengaruh konformitas dalam kelompok. Kelompok

bagi subjek sangat besar pengaruhnya, karena dari kelompoknya subjek mendapatkan dukungan dalam berbagai hal.

Khadafi (2014) menyatakan bahwa tingginya *peer pressure* yang diterima seseorang dari kelompoknya mempengaruhi tingginya perilaku konsumtif, yaitu seseorang yang ingin diakui oleh kelompoknya cenderung mengikuti perilaku kelompok tersebut, dengan demikian konformitas merupakan kecenderungan individu untuk berinteraksi dan menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya dengan mengubah persepsi, pandangan, sikap dan perilaku pribadinya sesuai tuntutan lingkungan baik bersifat nyata maupun imajinasi. Pada intinya, konformitas dilakukan oleh individu sebagai upaya untuk menjaga keharmonisan dan keselarasan dengan kelompok ataupun anggota-anggota lainnya. Adapun konformitas dapat terjadi dipengaruhi oleh beberapa faktor personal dan interpersonal. Faktor personal meliputi usia, jenis kelamin, stabilitas emosi, motif, kecerdesan, dan harga diri, sedangkan faktor interpersonal meliputi ukuran kelompok, konteks sosial, kejelasan situasi, tingkat kesepakatan kelompok, dan karakteristik peneengaruh. Sehingga hal ini akan memperkuat konformitas dapat terjadi pada individu, khususnya remaja yang menjadi pusat penelitian tersebut.

Permasalahan yang terjadi dilapangan saya melihat bahwa mahasiswa khususnya remaja, dapat berperilaku konsumtif dipengaruhi oleh konformitas berdasarkan tempat tinggal mereka. Tuntutan yang ada membuat remaja untuk lebih menyamakan diri agar mereka merasa diakui oleh lingkungannya, remaja akan membuat apa saja supaya tidak merasa tertinggal akan tren yang ada. Hal ini akan membuat remaja tidak dapat menyeimbangkan apa yang menjadi kebutuhan

mereka dengan memenuhi keinginan semata, dengan konsekuensi uang yang mereka gunakan akan habis secara tidak beraturan. Melihat tempat tinggal yang mendukung, perkotaan dapat memicu remaja untuk lebih tampil eksis, sehingga tempat-tempat yang menjadi sasaran untuk membelanjakan kebutuhan yang harus dipenuhi untuk menunjukkan bahwa mereka dapat menyamakan diri dari segi apapun terhadap lingkungan mereka. Selain itu, remaja tidak ingin merasa ketinggalan bahwa banyak media online, bagi mereka untuk tampil lebih eksis dalam menyamakan tren masa kini. Sehingga remaja dapat dikatakan bahwa individu yang masih labil dalam menilai lingkungan mereka, dengan terlalu mengikuti perkembangan yang ada tanpa melihat bahwa banyak kebutuhan yang jauh lebih penting untuk dipenuhi.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan topik yang akan diteliti yaitu **Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka yang menjadi permasalahan yang akan diteliti adalah “Apakah terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru?”.

C. Tujuan Penulisan

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan peneltian yang akan dicapai “Untuk mengetahui adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru”.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran pada berbagai bidang psikologi, terutama bidang psikologi sosial, psikologi industri dan psikologi perkembangan, yakni memberikan sumbangan tentang pentingnya konformitas yang positif agar sesuai dengan kadar perilaku konsumtif yang tidak menimbulkan hal yang berlebihan pada remaja, yang tergolong masih labil dalam mengikuti perkembangan yang ada.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Remaja

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan agar lebih selektif dalam menyesuaikan diri seiring dengan perkembangan yang ada serta memilah tingkat-tingkat konformitas didalam lingkungan yang ada, agar tidak terjerumus dalam perilaku konsumtif yang secara berlebihan.

b. Bagi Orangtua

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta masukan dalam membentuk pola pikir remaja untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan daripada yang diinginkan dalam upaya mencegah perilaku konsumtif dan tidak membiasakan barang atau hal yang diinginkan oleh remaja, dan selalu memberikan pengetahuan agar dapat memilah tingkat-tingkat lingkungan sosial yang dapat saja memberikan tingkat konformitas yang baik ataupun tidak.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Istilah dari “perilaku” merupakan sebuah tanggapan ataupun reaksi dari individu terhadap rangsangan ataupun lingkungan (KBBI *on-line*, 2016). Sedangkan “konsumtif” bersifat konsumsi yang artinya hanya memakai tetapi tidak menghasilkan sendiri (KBBI *on-line*, 2016). Sehingga perilaku konsumtif merupakan kegiatan individu untuk mengonsumsi suatu barang karena adanya rangsangan dari lingkungan.

Menurut Fromn (1995) seseorang dapat dikatakan berperilaku konsumtif apabila ditandai dengan pola kehidupan yang berlebihan dan menganggap sesuatu yang dianggap mahal memberikan kepuasan tersendiri serta kenyamanan fisik tersendiri sehingga membuat individu hanya memberikan rasa untuk memberi kesenangan semata.

Schiffman & Kanuk (2004) mengatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi dari motif emosional seperti hal-hal yang bersifat pribadi atau subyektif, tidak mempertimbangkan apakah barang yang dibeli sesuai dengan dirinya, sesuai dengan kebutuhannya, kemampuannya, dan sesuai standar kualitas yang diharapkan. Sedangkan Engel (2005) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif diartikan sebagai tindakan-tindakan individu secara langsung dalam memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis

yang dibantu dengan proses pengambilan keputusan yang menentukan hasil dari tindakan-tindakan yang dilakukan.

Perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai perilaku membeli dan menggunakan barang tanpa didasari dengan pertimbangan rasional dan memiliki kecenderungan dalam mengkonsumsi barang tanpa batas yang didasari oleh faktor keinginan yang harus dipenuhi daripada kebutuhannya, hal ini ditandai dengan adanya kehidupan yang mewah dan berlebihan sehingga segala hal yang menjadi mewah dan berlebihan memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik (Triyaningsih, 2011). Sedangkan menurut Sumartono (2002) adalah tindakan dalam memakai suatu barang yang tidak tuntas artinya, bahwa belum habis suatu produk dipakai seseorang telah membeli dan menggunakan jenis atau merek lain dari suatu barang tersebut, hal ini bisa disebabkan karena adanya hadiah dari barang yang dipakai ataupun dibeli dari suatu barang karena banyak yang menggunakan barang tersebut dan menjadi tren pada masanya.

Anggasari (dalam Sumartono, 2002) menjelaskan bahwa tindakan dari perilaku konsumtif yang tidak dapat memberikan batasan dalam memperhitungkan kegunaannya akan menimbulkan kecenderungan yang materialistik, yang artinya memiliki hasrat yang besar untuk dapat memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhan.

Perilaku konsumtif adalah setiap manusia yang berusaha untuk melakukan penghasilan yang sebanyak-banyaknya untuk memenuhi kebutuhan dalam jangka waktu panjang maupun jangka waktu pendek.

Dalam upaya ini ada beberapa yang suka melakukan seluruh penghasilannya untuk konsumsi, ada pula yang menysisahkan penghasilannya. Konsumtif adalah keadaan dimana seseorang untuk lebih cenderung dalam membelanjakan seluruh penghasilannya pada barang-barang konsumsinya Kardiman (2006). Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan yang hanya untuk mencapai kepuasan yang maksimal (Albarry, 1994).

Dengan demikian, perilaku konsumtif adalah suatu bentuk perilaku remaja dalam membeli barang tanpa didasari oleh pertimbangan rasional, akan tetapi karena pemuasan keinginannya secara berlebihan. Hal ini digunakan untuk mendapatkan hak pengakuan sosial agar terlihat sama dengan lingkungan sosialnya.

Berdasarkan berbagai pendapat dari para ahli mengenai definisi dari perilaku konsumtif, peneliti dapat menyimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam membeli maupun menggunakan barang atas didasarkan keinginan tanpa adanya pertimbangan secara rasional dalam menilai barang, baik itu diperlukan maupun tidak.

2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) defenisi dari perilaku konsumtif adalah tindakan dalam menggunakan barang tanpa didasari pertimbangan yang rasional.

- a. Membeli produk karena iming-iming berhadiah.

Individu membeli suatu produk karena adanya hadiah yang ditawarkan bila membeli produk tersebut. Sehingga konsumen bisa saja langsung tertarik sebab yang ada didalam pemikiran konsumen akan ada hadiah yang lebih lagi dari produk tersebut.

- b. Membeli produk karena kemasannya yang menarik.

Individu dalam membeli sebuah produk, jika memiliki daya pengikat yang tinggi yaitu kemasannya yang menarik dan bervariasi, selain itu produk dapat dinilai tinggi bila dikemas secara rapi dan dihias secara menarik.

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

Individu memiliki keinginan yang tinggi dalam membeli atau mengenakan suatu produk. Artinya individu memiliki ciri khas tertentu dalam berpenampilan baik itu berdandan, gaya rambut maupun gaya dari model pakaian terbaru, bertujuan agar konsumen berpenampilan dapat menarik perhatian dari orang lain.

- d. Membeli produk atas pertimbangan harga (tidak berdasarkan kebutuhan dan manfaat dari produk tersebut).

Individu cenderung berperilaku yang ditandai dengan kehidupan yang mewah. Hal ini menyebabkan individu tidak dapat berfikir secara rasional, hanya memenuhi keinginan sementara.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status.

Individu dalam membeli ataupun mengenakan suatu produk yang terlihat mewah hanya karena ingin dilihat secara mewah ataupun keren dimata orang lain.

- f. Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan.

Individu cenderung mengenakan sebuah produk bila terdapat publik figure ataupun perilaku tokoh yang diidolakannya, sehingga individu mudah saja mengikuti gaya yang dikenakan pada tokoh idola tersebut.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi.

Individu sangat terdorong dalam mencoba suatu produk karena mereka percaya dengan apa yang disiarkan oleh iklan sehingga dapat menumbuhkan rasa percaya diri.

- h. Mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek yang berbeda.

Individu cenderung menggunakan prosuk yang sama dengan merek yang lain, meskipun produk tersebut belum habis digunakan.. Hal ini dilakukan karena individu cenderung dalam menilai perbedaan kasiat dari produk yang satu dengan yang lainnya.

Sementara Fromn (1995) membagi beberapa aspek perilaku konsumtif berdasarkan ciri perilaku konsumtif, sebagai berikut:

a. Melakukan Pembelian Impulsif.

Artinya, perilaku yang membeli suatu produk didasari oleh keinginan serta hasrat yang kuat, biasanya individu dalam pembelian ini bersifat emosional yang tidak berdasarkan pertimbangan yang rasional. Akibatnya, individu bisa saja mendapatkan hasil yang tidak memuaskan akibat dampak yang bisa saja terjadi.

b. Pemborosan.

Artinya individu tidak bernilai dari kebutuhan, melainkan membeli hanya kebutuhan semata untuk memenuhi rasa senang. Hal ini yang membuat individu untuk candu dalam mengeluarkan uang tidak dengan keperlunya.

c. Tidak Bernilai Kebutuhan.

Perilaku konsumsi yang ditunjukkan dengan kecenderungan mengkonsumsi barang, tanpa mengiraukan biaya sebesar apapun yang telah terpakai.

d. Ingin Lebih dari Orang Lain.

Keinginan serta persaingan yang tidak ingin kalah dari orang lain, dimana dari segala bentuk produk yang ada harus bernilai sama dengan orang lain, yang membuat rasa ketidakpuasan akan menjadi lebih besar dengan rasa bersaing yang tinggi, menjadikan individu akan lebih mudah terpengaruh oleh lingkungannya.

Dengan demikian individu dapat dikatakan konsumtif apabila tidak lagi produktif dalam menilai suatu barang dari segi guna serta kebutuhan yang ada, seperti faktor akan dijanjikan hadiah yang mewah, adanya pengaruh dari lingkungan baik secara langsung maupun tidak. Individu dapat saja membeli suatu barang apabila hal tersebut menjadi kebutuhan yang penting baginya, akan tetapi individu cenderung untuk memuaskan keinginan semata tanpa mempertimbangkan pengeluaran yang ada, hanya saja ingin dilihat bahwa dengan status yang terlihat mewah akan lebih bangga bila dilihat orang banyak.

Berdasarkan berbagai pendapat ahli diatas mengenai aspek dari perilaku konsumtif dapat disimpulkan bahwa rasa ketidakpuasan individu dalam memiliki barang akan selalu meningkat apabila tidak ada pertimbangan yang rasional dan mengutamakan hal yang terpenting terlebih dahulu. Hal ini sangat mudah terpengaruh oleh remaja, sebab remaja adalah wadah yang sangat tepat untuk dipasarkan produk-produk yang ada, terlihat lebih mewah dengan harga yang diberi murah, maka remaja akan sangat mudah berperilaku konsumtif.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi remaja dalam berperilaku konsumtif menurut Kotler (1997) sebagai berikut:

a. Faktor Budaya

Faktor budaya sangat berpengaruh besar dalam perilaku seseorang, yang dimana faktor budaya dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu:



1. Peran budaya, budaya menjadi penentu keinginan mendasar. Dimana individu bisa mendapatkan nilai, prefensi, persepsi, dan perilaku berasal dari keluarga dan lembaga-lembaga luar.
2. Sub budaya, budaya terdiri dari sub-sub budaya mulai dari terkecil hingga terbesar. Baik itu berasal dari keluarga, bangsa, agama, ras, kelompok dan letak geografis.
3. Kelas sosial pembeli, dasarnya semua masyarakat memiliki strata sosial, akan tetapi strata tersebut terbentuk dari kasta keluarga yang menjadi perbedaan. Sehingga tidak dapat terhindar dari bentuk kasta yang ada pada strata sosial keluarga tersebut.

b. Faktor sosial

Adapun individu dapat berperilaku konsumtif berdasarkan faktor sosial mereka berada, yaitu:

1. Kelompok Acuan.

Individu sangat dipengaruhi seberapa tingginya tingkat acuan kelompoknya, karena semakin tinggi maka kelompok acuan dapat berpengaruh terhadap perilaku, gaya hidup, serta konsep pribadi. Terutama atas pemilihan merk-merk barang yang diinginkan.

2. Keluarga.

Anggota keluarga adalah acuan premier yang paling berpengaruh dalam perilakunya seseorang, selain itu keluarga

menjadi target organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat.

3. Peran dan Status.

Memiliki pengaruh penting dalam perilaku pembelian karena setiap peran memiliki sifat, sehingga individu memilih produk sesuai peran dan status mereka dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi

1. Motivasi.

Berasal dari kata motif yang artinya kekuatan dalam diri individu sehingga individu dapat bertindak dan berbuat. Setiap individu memiliki motivasi untuk mendapat suatu keinginan, walaupun terkadang hanya untuk memenuhi kepuasan. Sehingga motivasi menjadi dasar individu dalam memutuskan dan mempunyai produk yang diinginkan.

2. Persepsi.

Berpengaruh terhadap situasi dan tempat ia tinggal, dimana perbedaan persepsi akan menciptakan proses pengamatan dalam pembelian produk.

3. Konsep Diri.

Cara seseorang menilai dirinya sendiri dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang dirinya sesuai dengan apa yang difikirkannya. Setiap orang memiliki konsep diri berbeda-beda, sehingga hal itu pula yang membuat seseorang dalam menilai

suatu barang sesuai dengan pandangan dan persepsi masing-masing.

4. Kepribadian.

Sangat berpengaruh terhadap bentuk dan sifat-sifat yang ada dalam diri individu yang berpengaruh terhadap perubahan perilakunya.

5. Pengalam Belajar.

Suatu perubahan yang membawa individu dalam *performance* sebagai akibat latihan dari pengalaman sebelumnya begitu pun dengan memutuskan seseorang dalam berperilaku konsumtif dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan yang sebelumnya sudah ada.

6. Sikap dan Keyakinan (agama).

Mempengaruhi penilaian positif seseorang, terhadap suka atau tidak sukanya terhadap barang yang diinginkan.

Ada beberapa alasan perilaku konsumtif lebih mudah menjangkit bagi kalangan remaja menurut Sumartono (2002), yaitu:

- a. Secara psikologis, remaja masih dalam proses mencari jati diri serta masih sensitif untuk dipengaruhi dari faktor luar.
- b. Pendapat Jatman mengatakan bahwa remaja salah satu kelompok sasaran potensial untuk memasarkan produk-produk industri, sebab remaja memiliki pola yang konsumtif dalam berpakaian, berdandan serta gaya lainnya yang mendorong agar terlihat lebih mewah.



- c. Ciri-ciri remaja yang dapat kita pahami secara seksama akan lebih cenderung untuk memunculkan perilaku konsumtif itu terjadi.

Adapun penelitian yang dilakukan oleh Betty & Kahle (dalam Sutisna, 2001) menemukan beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi, yaitu:

- a. Pengaruh Keluarga.

Memiliki peran yang sangat penting dalam mendukung individu untuk belajar dalam memutuskan suatu keinginan, begitu pula dengan kepercayaan dalam pemilihan produk.

- b. Pengaruh kelompok kawan sebaya.

Sangat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku dan sikap terhadap suatu produk, karena dengan melihat kawan sudah membeli barang tersebut akan menimbulkan individu untuk membeli juga.

- c. Pengalaman.

Hal tersebut memberikan dampak sebagai evaluasi seseorang dalam membeli suatu barang, bila masa lampau kurang menyenangkan terhadap suatu produk maka cenderung negatif terhadap barang tersebut begitu juga dengan sebaliknya.

- d. Kepribadaian.

Kepribadian individu sangat mempengaruhi dalam pembelian, seperti suka terbuka, kepatuhan atau otorianisme yang terlibat persaingan dengan kawan-kawannya.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif sangat dipengaruhi dari dalam diri individu seperti keluarga, kepribadian serta faktor luar yaitu faktor teman sebaya yang menimbulkan individu untuk berperilaku konsumtif. Hal yang mendukung remaja dalam berkonsumtif adanya motivasi untuk memiliki keinginan tanpa didasari batas kecukupan, sehingga remaja harus lebih ekstra dalam mempelajari dan meniru contoh yang sebelumnya ada tanpa menjadikan diri harus lebih menyamakan dengan perkembangan yang terus semakin maju.

B. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Konformitas adalah jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka sesuai dengan norma yang ada (Byrne, 2004). Bagi remaja hubungan teman sebaya menjadi sarana belajar untuk mengamati dan meneliti minat serta pandangan teman sebaya dengan tujuan untuk memudahkan proses penyatuan dirinya kedalam aktivitas pertemanan (Taylor, Peplau & Sears, 2009).

Sears (2004) yang disebut konformitas adalah bila seseorang menampilkan perilaku tertentu karena setiap orang menampilkan perilaku yang sama. Konformitas dapat terjadi apabila *adjustment* (penyesuaian diri) sesuai dengan norma-norma hati nurani sendiri dan norma-norma sosial dalam kehidupan masyarakat.

Baron & Bryne (2005) menyatakan bahwa seseorang conform apabila kelompoknya jika perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau

masyarakat. Dasar-dasar yang menyebabkannya adalah pengaruh sosial normatif serta pengaruh sosial informasional, dimana keduanya didasari pada keinginan individu agar dapat diterima dan disukai oleh orang lain agar terhindar dari penolakan.

Dari beberapa pengertian konformitas tersebut dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan perubahan keyakinan, kepercayaan, sikap, maupun pendapat akibat adanya tekanan dari kelompok untuk sesuai dengan norma atau standar yang telah ditetapkan oleh kelompok tersebut. Karena semakin tinggi individu untuk lebih dapat diterima oleh kelompoknya maka semakin tinggi pengaruh yang besar terhadap diri individu, yang kemudiannya tidak lagi dapat mengontrol diri agar bersikap lebih relative terhadap lingkungannya.

2. Aspek-Aspek Konformitas

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

a. Peniruan

Keinginan individu untuk sama dengan orang lain baik itu lebih sama atau identik akibat adanya tekanan yang nyata yang dibayangkan dari kelompok atau individu untuk mencapai tujuan tertentu yang menyebabkan terjadinya konformitas.

b. Penyesuaian

Keinginan individu untuk dapat diterima oleh orang lain yang menyebabkan individu bersikap konformitas terhadap orang lain.

Individu biasanya melakukan penyesuaian pada norma kelompok yang ada.

c. Kepercayaan

Semakin besar keyakinan individu terhadap informasi dari orang lain akan semakin menigkat ketepatan informasi individu untuk berkonform dengan orang lain.

d. Kesepakatan

Sesuatu keputusan bersama yang menjadikan kekuatan dalam lingkungan kelompok ataupun sosial yang mampu menimbulkan konformitas.

e. Ketaatan

Respon yang timbul sebagai akibat dari kesetiaan atau ketertundukan individu atas otoritas tertentu sehingga membuat individu akan lebih cenderung konform terhadap hal-hal yang disampaikan.

Sedangkan menurut Baron & Bryne (2005) membagi beberapa aspek konformitas, adalah sebagi berikut:

a. Aspek normatif.

Aspek yang dikatakan sebagai pengaruh sosial normatif adalah suatu perubahan tingkah laku individu untuk memenuhi harapan orang lain, hal ini dasari oleh karena terdapatnya rasa ingin disukai dan diterima bahkan adanya rasa ketakutan untuk ditolak oleh kelompok tersebut.



b. Aspek informatif.

Disebut juga sebagai sosial pengaruh normatif, yang merupakan suatu perubahan tingkah laku individu untuk menjadi benar. Sehingga mengakibatkan individu untuk lebih cenderung berkonformitas yang sumber dan kepercayaannya bersala dari orang lain yang menjadi jalan untuk melakukan konformitas yang menurutnya sudah benar dan bisa dipercaya dalam hal apapun.

Dari uraian diatas maka konformitas dapat saja terjadi apabila terdapat rasa ingin diakui, serta kesepakatan antara kedua belah pihak, sehingga menjadikan remaja merasa lebih mendapatkan pengakuan atas dirinya. Konformitas yang semakin cenderung dekat dengan diri remaja, mengakibatkan remaja tidak dapat berfikir secara rasional bahwa tidak semua kelompok memberikan dampak yang baik bahkan memberikan dampak yang membuat remaja lebih cenderung berkonformitas secara tidak sehat.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut Sears (2004) menyebutkan ada empat faktor yang mempengaruhi konformitas, yaitu:

a. Rasa takut terhadap celaan sosial.

Alasan utama konformitas yang kedua adalah demi memperoleh persetujuan, atau menghindari celaan kelompok

b. Rasa takut terhadap penyimpangan.

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

c. Kekompakan kelompok.

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

d. Ketertarikan pada penilaian bebas.

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

Menurut Deutsch & Gerrard (dalam Sarwono, 2005) ada dua faktor mengapa individu berperilaku konformitas, yaitu:

- a. Pengaruh norma, yaitu disebabkan oleh keinginan untuk memenuhi harapan orang lain sehingga dapat diterima oleh orang lain.
- b. Pengaruh informasi, yaitu karena adanya bukti-bukti dan informasi-informasi mengenai realitas yang diberikan oleh orang lain yang dapat diterimanya atau tidak dapat dielakkan lagi.

Dapat disimpulkan faktor yang mempengaruhi konformitas yaitu semakin tinggi anggota kelompok maka semakin tinggi tingkat konformitas demikian semakin kecil anggota kelompok maka semakin kecil perilaku konformitas. Adapun faktor yang mempengaruhi remaja berkonformitas adanya rasa takut terhadap celaan sosial, rasa takut terhadap penyimpangan, kekompakan kelompok dan ketertarikan terhadap penilaian bebas. Sementara faktor yang mendukung konformitas pada remaja yaitu adanya pengaruh norma dari kelompok dan pengaruh informasi yang menjadi kepercayaan remaja.

C. Hubungan antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani (2013) yang meneliti tentang hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa, hasil membuktikan bahwa terdapat hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh motivasi, harga diri, kepribadian, konsep diri, gaya hidup, budaya dan lain-lain. Sehingga dapat ditarik

kesimpulan bahwasanya semakin tinggi konformitas pada mahasiswa maka perilaku konsumtif akan semakin tinggi, begitu juga apabila semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Azizah (2017) yang meneliti tentang hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui online shop pada mahasiswa, dengan hasil penelitian menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif artinya semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif terhadap pembelian tas melalui online shop begitu juga dengan sebaliknya. Adapun yang mempengaruhi yaitu keluarga, kepribadian dan kebudayaan individu, dimana gaya hidup didukung oleh kekuatan finansial yang memadai yang terus mengakar dalam perkembangan gaya hidup pada remaja.

Kajian lain yang dilakukan oleh Perdana (2017) dengan penelitian hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif membeli pakaian pada mahasiswa, dimana hasilnya menunjukkan ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif yaitu semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa begitu juga dengan sebaliknya. Dimana kelompok-kelompok sosial, kelas sosial, kelompok referensi yang terkait dengan pengakuan dari kelompok terhadap individu yang ada didalamnya.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Yuliantari (2015) yang meneliti tentang hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri, dengan hasil penelitian yaitu terdapat hubungan positif yang

signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja putri dengan faktor yang mempengaruhi yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Adapun faktor internal nya yaitu harga diri, sebab harga diri yang rendah membuat remaja putri cenderung mencari teman yang gunanya untuk meningkatkan harga dirinya. Begitu juga dengan faktor eksternal nya yaitu kelompok remaja, yang menyebabkan remaja bertindak sesuai dengan norma-norma yang selaras pada kelompok tersebut.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryani (2015) dengan penelitian hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi, dengan hasil penelitian yaitu terdapat hubungan positif antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Dimana kepribadian adalah ciri bawaan psikologis manusia yang digambarkan dengan menggunakan ciri bawaan seperti kepercayaan diri dan kemampuan beradaptasi serta pertahanan, sehingga membuat individu untuk lebih selektif memilih kelompok yang memberikan pengaruh positif.

Dengan demikian dinamika yang terjadi pada saat konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja, yaitu terjadinya pengaruh besar dari acuan kelompok untuk berkonformitas sehingga kelompok yang telah dipilih belum tentu berdampak positif, akan tetapi dengan adanya keinginan untuk diakui atas dirinya membuat remaja lebih cenderung untuk melakukan konformitas. Konformitas bisa saja peniruan individu terhadap kelompok, yakni peniruan dari produk yang diinginkan. Dengan konformitas yang tinggi maka perilaku

konsumtif, yang menjadi remaja untuk lebih menyamakan diri terhadap kelompoknya, merasa tidak ingin tersaingi dengan membeli semua produk tanpa batas. Hal ini mengakibatkan remaja lebih konsumtif tanpa menilai kegunaan dari sebuah produk tersebut, tanpa mementingkan kebutuhan yang ada demi memenuhi kepuasan semata yang pada akhirnya berdampak buruk pada remaja.

D. Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas dapat dikemukakan hipotesis yang akan dibuktikan dalam penelitian ini yaitu adanya hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Semakin tinggi konformitas pada reamaja maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja demikian pula sebaliknya semakin rendah konformitas pada reamaja maka akan semakin rendah perilaku konsumtif pada remaja.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Variabel adalah sebuah fenomena yang bervariasi (yang berubah-ubah) dalam bentuk, kualitas, kuantitas, mutu standard dan sebagainya (Bungin, 2011).

Yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

Variabel Terikat (Y) : Perilaku konsumtif

Variabel Bebas (X) : Konformitas

B. Definisi Operasional Variabel

1. Konformitas

Konformitas adalah perilaku individu dengan mengadaptasi, meniru, ataupun mengikuti perilaku kelompok, bertindak sesuai dengan harapan serta norma-norma yang berlaku pada kelompok tersebut. Seseorang dikatakan conform apabila didasari pada keinginan individu dapat diterima dan disukai. Konformitas diukur dengan menggunakan skala yang disusun oleh teori Baron & Bryne (2005) mengemukakan bahwa dua komponen konformitas, yaitu: (a) aspek normatif dan (b) aspek informatif.

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah pola kehidupan yang berlebihan, dimana sesuatu yang dianggap mahal akan memberikan kepuasan tersendiri serta kenyamanan fisik tersendiri sehingga memberikan rasa untuk kesenangan

semata dan bukan merupakan suatu kebutuhan. Perilaku konsumtif diukur dengan menggunakan teori skala Fromn (1995) mengemukakan bahwa terdapat empat komponen perilaku konsumtif, yaitu: (a) melakukan pembelian impulsive, (b) pemborosan, (c) tidak bernilai kebutuhan, (d) ingin lebih dari orang lain.

C. Subjek Penelitian

1. Populasi penelitian

Sugiyono (2015) mengatakan bahwa populsi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah remaja yang ada di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, adapun jumlah populasi remaja di Kecamatan Bukit Raya Pekanbaru sebanyak 17.176 remaja (Badan pusat statistik, 2019).

2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013) sampel adalah sebagian dari populasi tersebut. Peneliti tidak memungkinkan untuk mempelajari semua yang ada dipopulasi, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul mewakili. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *cluster sampling*.

Cluster sampling adalah pengambilan sampel bila objek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah remaja yang ada di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Berdasarkan hasil rincian yang telah diperoleh dari jurnal Badan Statistik Pekanbaru bahwasanya jumlah remaja yang ada di Kota Pekanbaru berjumlah 105.760 remaja, dengan jumlah remaja yang ada di Kecamatan Bukit Raya berjumlah 17.176 remaja sehingga sampel yang diperoleh berdasarkan penentuan jumlah sampel dan populasi yang dikembangkan oleh Isaac dan Michael yaitu diperoleh sebanyak 336 jumlah remaja yang ada di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Berikut ini adalah tabel penentuan jumlah sampel dari populasi yang dikembangkan dari Isaac dan Michael untuk tingkat kesalahan 1%, 5% dan 10%:

TABEL PENENTUAN JUMLAH SAMPEL DARI POPULASI TERTENTU YANG DIKEMBANGKAN OLEH ISAAC DAN MICHAEL DENGAN TARAF KESALAHAN 1%, 5%, DAN 10%

N	S			N	s			N	s		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267

75	67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
230	171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2400	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	663	348	271
								∞	664	349	272

Sumber : Sugiyono (2015)

D. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala psikologi. Skala adalah suatu alat pengumpulan data kuantitatif berupa sejumlah pernyataan. Bentuk dari skala psikologi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert. Jawaban setiap aitem instrument yang menggunakan skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2012). Skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari skala konformitas dan skala perilaku konsumtif.

1. Skala Konformitas

Skala yang digunakan untuk konformitas dalam penelitian ini mengacu pada aspek-aspek dari konformitas, yaitu: (a) Aspek Normatif dan (b) Aspek Informatif.

Skala tersebut disusun berdasarkan skala Likert dengan interval 1-4 alternatif setiap jawaban untuk setiap aitem dari pernyataan skala tersebut. Dimana subjek dipersilahkan untuk memilih salah satu jawaban dari empat alternatif jawaban yang tersedia pada skala tersebut.

Skala ini disajikan dalam bentuk pernyataan mendukung (*favorable*) dan tidak mendukung (*unfavorable*). Skor yang diberikamulai dari 1 sampai 4. Penilaian butir *favorable* mulai dari nilai 4 untuk jawaban yang Sangat Setuju “SS”, nilai 3 untuk jawaban yang Setuju “S”, nilai 2 untuk jawaban Tidak Setuju “TS”, dan nilai 1 untuk jawaban yang Sangat Tidak Setuju. Sedangkan penilaian untuk butir *unfavorable* dimulai dari nilai 1 untuk jawaban “SS” (Sangat Setuju), nilai 2 untuk jawaban “S” (Setuju), nilai 3 untuk jawaban

“TS” (Tidak Setuju), dan nilai 4 untuk jawaban “STS” (Sangat Tidak Setuju).Skala konformitas disusun dalam bentuk pernyataan sebanyak 30 aitem.

Tabel 3.1

Blue Print Skala Konformitas Sebelum Try Out

No	Asprek	Indikator	Aitem		Jumlah
			Favo	Unfa	
1.	Normatif	Disukai oranglain	2,27,29	12,15,19,21	7
		Menghindar penolakan	5,8,13,18	1,4,7,17,20	9
2.	Informatif	Menerima pendapat kelompok	3,11,22,30	10,23,24,25	8
		Membenarkan kelompok	6,9,14	16,26,28	6
Jumlah			14	16	30

Berdasarkan hasil uji coba skala konformitas yang dilakukan oleh Wardhani (2009), mendapat bahwa hasil koefisien yang bergerak 0,348. Nilai Alpha Cronbach’s sebesar 0,868 drai 30 item. Berdasarkan hasil uji coba skala konformitas yang dilakukan oleh penulis , hasil koefisien yang bergerak 0,354 sampai 0,707. Nilai koefisien Alpha Cronbach’s sebesar 0,910 dari 21 aitem yang diajukan, 9 aitem yang gugur yaitu 3,7,13,16,22,23,24,25,26. Distribusi penyebaran dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2

Blue Print Skala Konformitas setelah Try Out

No	Asprek	Indikator	Aitem		Jumlah
			Favo	Unfa	
1.	Normatif	Disukai orang lain	2,27,29	12,15,19,21	7
		Menghindar penolakan	5,8,18	1,4,17,20	7
2.	Informatif	Menerima pendapat kelompok	11,30	10	3
		Membenarkan kelompok	6,9,14	28	4
Jumlah			11	10	21

Jumlah butir skala konformitas yang dipakai untuk pengumpulan data dalam penelitian sebanyak 21 butir, sesuai jumlah butir yang dinyatakan sahah berdasarkan hasil uji coba. Pertimbangan untuk memakai jumlah butir skala konformitas didasarkan pada pendapat Azwar (2010) tentang syarat-syarat jumlah butir dalam skala, dinyatakan bahwa tes yang berisi terlalu banyak butir akan memerlukan waktu administrasi yang lama dan sering kali menurunkan motivasi subjek dalam menjawab serta menyebabkan performansi subjek terpengaruh oleh faktor kelelahan dan faktor lainnya yang tidak relevan dengan tujuan tes.

2. Skala Perilaku Konsumtif

Skala yang digunakan untuk perilaku konsumtif dalam penelitian ini yang akan mengacu pada aspek-aspek dari perilaku konsumtif. Adapun yang menjadi aspek-aspek dari perilaku konsumtif tersebut, yaitu:

(a) Melakukan pembelian impulsif, (b) Pemborosan, (c) Tidak Bernilai Kebutuhan, (d) Ingin lebih dari orang lain.

Skala tersebut disusun berdasarkan skala Likert dengan interval 1-4, alternative dari setiap jawaban untuk disetiap aitem pernyataan dari skala ini. Dimana subjek dipersilahkan untuk memilih salah satu jawaban dari empat alternative jawaban yang tersedia pada skala tersebut.

Skala ini disajikan dalam bentuk pernyataan mendukung yaitu *favorable* sedangkan pernyataan yang tidak mendukung disebut dengan *unfavorable*. Skor diberikan mulai dari nilai 1 hingga 4. Penilaian butir *favorable* dimulai dari nilai 4 untuk jawaban Sangat Setuju "SS", nilai 3 untuk jawaban Setuju "S", nilai 2 untuk jawaban Tidak Setuju "TS", dan nilai 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju "STS". Sedangkan penilaian untuk butir *unfavorable* dimulai dari nilai 1 untuk jawaban Sangat Setuju "SS", nilai 2 untuk jawaban Setuju "S", nilai 3 untuk jawaban Tidak Setuju "TS", dan nilai 4 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju "STS". Skala perilaku konsumtif disusun dalam bentuk pernyataan sebanyak 30 aitem.

Tabel 3.3

Blue Print Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Try Out

No	Aspek	Aitem		Jumlah
		Favo	Unfa	
1.	Melakukan pembelian Impulsif	1,2,5,6,7,8	3,4,9	9
2.	Pemborosan	10,11,12,13,16,17	14,15	8
3.	Tidak bernilai Kebutuhan	18,19,20		3
4.	Ingin lebih dari orang lain	22,23,24,25,26,27	21,28,29,30	10
Jumlah		21	9	30

Berdasarkan hasil uji coba skala konformitas yang dilakukan oleh Faradila (2018), mendapat bahwa hasil koefisien yang bergerak 0,348. Nilai Alpha Cronbach's sebesar 0,879 dari 30 aitem. Berdasarkan hasil uji coba skala perilaku konsumtif yang dilakukan penulis, hasil koefisien yang bergerak 0,354 sampai 0,707. Nilai koefisien Alpha Cronbach's sebesar 0,920 dari 22 aitem yang diajukan, 8 aitem yang gugur yaitu 3,13, 16, 22, 23, 24, 25, 26. Distribusi penyebaran dapat dilihat pada tabel 3.4 sebagai berikut:

Tabel 3.4

Blue Print Skala Perilaku Konsumtif Setelah Try Out

No	Aspek	Aitem		Jumlah
		Favo	Unfa	
1.	Melakukan pembelian Impulsif	1,2,5,6,7,8	4,9	8
2.	Pemborosan	10,11,12,17	14,15	6
3.	Tidak bernilai Kebutuhan	18,19,20		3
4.	Ingin lebih dari orang lain	27	21,28,29,30	10
Jumlah		14	8	22

Jumlah butir skala perilaku konsumtif yang dipakai untuk pengumpulan data dalam penelitian sebanyak 21 butir, sesuai jumlah butir yang dinyatakan shahih berdasarkan hasil uji coba. Pertimbangan untuk memakai jumlah butir skala perilaku konsumtif didasarkan pada pendapat Azwar (2010) tentang syarat-syarat jumlah butir dalam skala, dinyatakan bahwa suatu tes yang berisi terlalu banyak butir akan memerlukan waktu administrasi yang lama dan sering kali menurunkan motivasi subjek dalam menjawab serta dapat menyebabkan performansi subjek terpengaruh oleh faktor kelelahan dan faktor lainnya yang tidak relevan dengan tujuan tes.

E. Validitas dan Reliabilitas

1. Validitas Alat Ukur

Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi skornya. Menurut Azwar (2012) untuk mengetahui apakah skala mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurnya, diperlukan suatu proses pengujian validitas atau validasi. Substansi yang terpenting dalam validasi skala psikologi adalah membuktikan bahwa struktur seluruh aspek berperilaku, indikator perilaku dan aitem-aitemnya memang membentuk suatu konstruk yang akurat bagi atribut yang diukur.

Menurut Sugiyono (2010) pengertian validitas yang paling umum adalah ketepatan dan kecermatan skala dalam menjalankan fungsi ukurnya, artinya sejauh mana skala itu mampu mengukur atribut yang dirancang untuk diukurnya. Dengan demikian aitem yang koefisien validitasnya $<0,30$ dinyatakan gugur, sedangkan aitem yang dianggap valid adalah aitem $\geq 0,30$. Uji validitas kedua skala dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS 2.0 *for windows*.

2. Reliabilitas Alat Ukur

Reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil dari pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama di peroleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri velum berubah (Azwar, 2007). Adapun suatu alat ukur yang memiliki reliabilitas yang tinggi

adalah alat ukur yang stabil yang selalu memberikan hasil yang relatif konstan. Tinggi rendahnya reliabilitas alat ukur dinyatakan dengan angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien berarti menunjukkan tingkat reliabilitas semakin baik. Besar koefisien reliabilitas berkisar antara 0,00 sampai 1,00 dan tidak ada patokan pasti. Namun demikian besar koefisien reliabilitas semakin mendekati nilai 1,00 berarti terdapat konsistensi hasil yang semakin sempurna (Azwar, 2012).

Adapun untuk menguji reliabilitas alat ukur untuk penelitian ini dilakukan secara kuantitatif melalui pendekatan konsistensi internal dengan menggunakan koefisien *Apha*. Yang mana analisis hasil uji reliabilitas butir kedua skala penelitian ini menggunakan jasa komputer paket seri program statistic SPSS 2.0 *for windws*.

F. Metode Analisis Data

1. Uji persyaratan analisis

Secara garis besar analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini meliputi langkah-langkah dibawah ini:

a. Uji normalitas

Uji normalitas yang dilakukan untuk mengetahui apakah data dari setiap variabel penelitian terdistribusi normal atau tidak. Data yang layak digunakan dalam penelitian ini adalah data yang memiliki distribusi normal (Nugroho, 2005). Apabila hasil uji coba uji normalitas menunjukkan data distribusi normal, maka teknik yang digunakan adalah *statistic nonparametic* (Sugiyono, 2012).

Mengetahui normal atau tidaknya suatu variabel yang diteliti terhadap variabel konformitas dengan perilaku konsumtif, jika $p > 0,05$ maka sebaran normal, sebaiknya jika $p < 0,05$ maka sebenarnya tidak normal (Sugiyono, 2013).

b. Uji linieritas

Uji linieritas hubungan ini dilakukan untuk melihat adanya linieritas hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat yang dilakukan dalam penelitian, suatu hubungan antara variabel disebut linieritas apabila perubahan yang terjadi dalam suatu variabel di ikuti oleh perubahan yang sama atau sebanding dalam variabel lain (Sugiyono, 2012). Uji linieritas menggunakan kaidah signifikan (p) dari nilai F (*Lineriaty*) $p > 0,05$ maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier.

2. Uji Hipotesis penelitian

Adapun teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan yaitu dengan teknik *product moment*. Karena penelitian ini menggunakan satu variabel bebas dan variable terikat. Semua perhitungan analisis di lakukan dengan menggunakan bantuan *statistik program for science* seri 20.0 *for windows*.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancah Penelitian

Langkah pertama yang dilakukan sebelum pelaksanaan penelitian adalah memahami kancah atau tempat yang akan dilakukannya penelitian. Pada penelitian kali ini, peneliti mengambil subjek yaitu mahasiswa yang tergolong dalam remaja yang berusia 18-21 tahun berada di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Penelitian lebih tepatnya dilakukan di Kecamatan Bukit Raya, alasan melakukan penelitian di tempat tersebut antara lain karena peneliti lebih cenderung dekat dengan tempat penelitian, serta ingin mendapatkan hasil dari variabel yang menjadi permasalahan.

B. Persiapan Penelitian

1. Proses Perizinan

Peneliti yang baik adalah penelitian yang terlebih dahulu melakukan uji coba (*tryout*) terhadap alat ukur yang digunakan sebelum melakukan penelitian. Hal ini bertujuan untuk melihat seberapa valid dan reliabel alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Uji coba dilakukan pada tanggal 15 Juli 2019 pada remaja akhir di Kota Pekanbaru.

Setelah uji coba berhasil dilakukan, maka dilakukan proses penelitian. Persiapan penelitian dilakukan oleh penulis pada tanggal 7 Agustus 2019 ditujukan untuk menyebarkan skala ke remaja akhir Kota Pekanbaru. Setelah mendapat izin penelitian, penulis melakukan persiapan yang diperlukan juga mengatur waktu untuk penelitian dilakukan pada tanggal 8 Agustus 2019.

2. Pelaksanaan Uji Coba

Sebelum penelitian dilaksanakan, peneliti terlebih dahulu mempersiapkan alat ukur yang akan digunakan. Proses yang menentukan keberhasilan psikologi yang menggunakan pendekatan kuantitatif dengan melakukan uji coba terhadap alat ukur yang digunakan dalam penelitian untuk mengetahui aitem-aitem yang dapat digunakan sebagai alat ukur. Penelitian ini menggunakan dua skala sebagai alat ukur, yaitu konformitas dan perilaku konsumtif.

Uji coba penelitian ini dilakukan oleh peneliti sendiri kepada remaja akhir kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dengan total sebanyak 50 orang. Skala diberikan kepada remaja akhir kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dan peneliti mengambil kembali skala yang sudah diisi oleh remaja akhir pada hari diberikan skala.

C. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilakukan pada tanggal 8 Agustus 2019 dengan jumlah sampel 336 remaja yang ada di Kecamatan Bukit Raya Kota, dimana dalam pelaksanaan penelitian peneliti menemui sampel secara langsung. Sebelum proses pengisian skala dan memberikan pengarahan mengenai tata cara pengisian remaja akhir yang dijadikan subjek penelitian. Setiap subjek memperoleh satu eksemplar alat ukur yang berisi dua skala yaitu skala konformitas berjumlah 21 aitem dan skala perilaku konsumtif berjumlah 22 aitem. Setelah pengisian skala dilakukan, lalu peneliti mengambil kembali skala dari subjek.

D. Hasil Analisis Data

1. Data Demografi Subjek Penelitian

Adapun subjek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebanyak 336 remaja akhir di Kota Pekanbaru. Kemudian data demografi subjek penelitian ini yaitu usia dan jenis kelamin.

Tabel 3.5

Klasifikasi Berdasarkan Usia Subjek Penelitian

Usia	Frekuensi	%
18	12	3,57%
19	55	16,37%
20	114	33,92%
21	156	46,42%
	336	

Berdasarkan klasifikasi usia subjek penelitian usia 18 tahun 3,57% (12 subjek), usia 19 tahun 16,37% (55 subjek), usia 20 tahun 33,92% (114 subjek), dan usia 21 tahun 46,42% (156 subjek).

Tabel 3.6

Klasifikasi Berdasarkan Jenis Kelamin Subjek Penelitian

Jenis Kelamin	Frekuensi	%
Laki-laki	118	35,11%
Perempuan	218	64,88%
	336	

Berdasarkan klasifikasi jenis kelamin subjek penelitian laki-laki 35,11% (118 subjek)

Berdasarkan klasifikasi jenis kelamin subjek penelitian laki-laki 35,11% (118 subjek), dan perempuan 64,88% (218 subjek).

2. Deskripsi Data Penelitian

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh, data dapat diketahui deskripsi data penelitian yang menunjukkan skor data hipotetik dan skor empiriknya. Skor tersebut mencakup skor maksimal, minimal, rata-rata, dan standar deviasi pada masing-masing skala penelitian. Untuk mengetahui konformitas dan perilaku konsumtif, maka dilihat pada tabel 3.5 sebagai berikut:

Tabel 3.7
Rentang Skor Penelitian

Variabel	Skor x yang diperoleh (empirik)				Skor x yang dimungkinkan (hipotetik)			
	X Max	X Min	Mean	SD	X Max	X Min	Mean	SD
Konformitas	79	32	60,11	8,336	84	21	60,19	8,903
Perilaku Konsumtif	79	32	57,55	8,225	88	22	57,64	8,470

Berdasarkan tabel 3.7 diatas secara umum menggambarkan bahwa tingkat konformitas dan perilaku konsumtif sama yang diperoleh (empirik). Pada variabel konformitas rentang skor yang diperoleh bergerak 79 hingga 32 Pada variabel perilaku konsumtif rentang skor yang diperoleh dari 79 hingga 32. Hasil deskripsi data penelitian tersebut dilanjutkan digunakan untuk kategorisasi skala,

kategorisasi ditetapkan berdasarkan nilai rerata (*mean*) dan standart deviasi hipotetik dari variabel konformitas rerata hipotetik 60,19 diatas rerata empirik 60,11. Selanjutnya variabel perilaku konsumtif hipotetik 57,64 diatas rerata empirik 57,64.

Hasil deskriptif statistik tersebut, selanjutnya dibuat kategorisasi untuk masing-masing variabel penelitian. Ada lima kategori yang akan peneliti gunakan, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah dan sangat rendah yang ditentukan dengan norma berikut:

1. Sangat Tinggi : $X \geq M + 1,5 SD$
2. Tinggi : $M + 0,5 SD \leq X < M + 1,5 SD$
3. Sedang : $M - 0,5 SD \leq X < M + 0,5 SD$
4. Rendah : $M - 1,5 SD \leq X < M + 0,5 SD$
5. Sangat Rendah : $X \leq M - 1,5 SD$

Keterangan: M = *Mean Empiric*

SD = Standar Deviasi

Berdasarkan rentang skor penelitian menggunakan rumus diatas maka kategorisasi skala konformitas dan perilaku konsumtif, dapat dilihat pada tabel 3.8 sebagai berikut:

Tabel 3.8

Kategorisasi Variabel Konformitas

Kategori	Skor	Frekuensi	Presentase
Sangat Tinggi	$X \geq 72,614$	36	10,71%
Tinggi	$64,278 \leq X < 72,614$	103	30,65%
Sedang	$55,942 \leq X < 64,278$	104	30,95%
Rendah	$47,606 \leq X < 55,942$	75	28,27%
Sangat Rendah	$X \leq 47,606$	18	5,35%
Jumlah		336	105,93%

Berdasarkan kategori tersebut, dapat kita ketahui untuk kriteria sangat tinggi terdapat 36% subjek, untuk kriteria tinggi terdapat 103% subjek, untuk kriteria sedang terdapat 104% subjek, untuk kriteria rendah terdapat 75% subjek, dan untuk kriteria sangat rendah terdapat 18% subjek. Jadi dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini memiliki konformitas dalam kategori **sedang**, terlihat dari presentase sebesar 30,95%.

Berdasarkan rentang skor peneltian diatas maka untuk skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini terbagi atas lima bagian yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah. Kemudian untuk kategorisasi respon skala perilaku konsumtif dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.9 dibawah ini:

Tabel 3.9

Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif

Kategori	Skor	Frekuensi	Presentase
Sangat Tinggi	$X \geq 73,5445$	15	4,46%
Tinggi	$64,6415 \leq X < 73,5445$	75	22,32%
Sedang	$56,4485 \leq X < 64,6415$	113	33,63%
Rendah	$46,8355 \leq X < 56,4485$	108	32,14%
Sangat Rendah	$X \geq 46,8355$	25	7,44%
Jumlah		336	99,99%

Pada tabel diatas kita dapat mengetahui bahwa 15% subjek yang berada pada kategori sangat tinggi, 75% subjek berada pada kategori tinggi, 113% subjek berada pada kategori sedang, 108% subjek berada pada kategori rendah, 25% subjek berada pada kategorisasi sangat rendah. Jadi dapat disimpulkan bahwa subjek dalam penelitian ini memiliki perilaku konsumtif dalam kategori **sedang**, terlihat dari hasil persentase sebesar 33,63%.

3. Uji Asumsi

Analisa selanjutnya yang dilakukan adalah uji asumsi yang terdiri dari uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas, uji linieritas, uji hipotesis, uji korelasi determinasi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan pada masing-masing variabel yaitu, variabel konformitas dan perilaku konsumtif dengan bantuan *SPSS 2.0 for windows*.

Mengetahui normal atau tidaknya suatu variabel yang diteliti terhadap variabel konformitas dan perilaku konsumtif, jika $p > 0,05$ maka sebaran normal, sebaiknya jika $p > 0,05$ maka sebarannya tidak normal (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan perhitungan data yang telah dilakukan dengan *one sample kolmogrov test* maka didapatkan hasil pada tabel 3.10 dibawah ini:

Tabel 3.10

Hasil Uji Asumsi Normalitas

Variabel	Skor K-SZ	P	Keterangan
Konformitas	0,865	0,443	Normal
Perilaku Konsumtif	1,085	0,190	Normal

Berdasarkan hasil pada tabel 3.10 diatas, menunjukkan bahwa data konformitas dengan nilai K-SZ sebesar 0,865 dengan signifikansi 0,443 ($p > 0,05$) variabel konformitas berdistribusi normal. Pada variabel perilaku konsumtif menunjukkan nilai K-SZ sebesar 1,085 dengan signifikansi 0,190 ($p > 0,05$) variabel perilaku konsumtif berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Uji linieritas hubungan dilakukan untuk mengetahui linieritas hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, yaitu antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir. Uji linieritas menggunakan kaidah signifikan (p) dari nilai F (*Linearity*) $> 0,05$ maka hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier. Kriteria uji linieritas menggunakan taraf signifikan 5% hasil uji linieritas yang telah dilakukan dengan menggunakan F (*Linearity*) sebesar 9,780 dengan nilai p sebesar 0,616 ($p > 0,05$).

Hasil uji linieritas hubungan variabel tersebut membuktikan bahwa kedua variabel linier. Dapat dilihat sebagai berikut pada tabel 3.11 dibawah ini:

Tabel 3.11
Hasil Uji Asumsi Linieritas

(Deviation Linearity F)	Signifikansi From (P)	Keterangan
9,780	0,616	Linier

Berdasarkan hasil uji asumsi normalitas dan linieritas diatas, maka data-data penelitian ini memenuhi syarat-syarat untuk dilakukan uji parametik yang artinya untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini dapat dilanjutkan dengan uji korelasi.

c. Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil uji korelasi untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini ditemukan bahwa terdapat hubungan yang signifikan konformitas terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan uji analisis yang diperoleh harga koefisien sebesar 0,169(**) dengan nilai $p=0,002$ ($p<0,005$). Hal ini menunjukkan terdapat korelasi positif antara konformitas terhadap perilaku konsumtif. Dengan demikian, hasil analisis data mendukung pernyataan hipotesis dalam penelitian ini dan hipotesis tersebut diterima sebagai salah satu kesimpulan hipotesis penelitian. Adapun hubungan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif dapat dilihat 3.12 dibawah ini:

Tabel 3.12

Hasil Uji Korelasi

Variabel		Konformitas	Perilaku konsumtif	
Konformitas	Korelasi	1	.169**	Korelasi
	Pearson		.002	Positif
	Signifikansi	337	337	Signifikan
	N (Sampel)			
Perilaku Konsumtif	Korelasi	.169**	1	Korelasi
	Pearson	.002		Positif
	Signifikansi	337	337	Signifikan
	N (Sampel)			

d. Hasil Uji Korelasi Determinasi

Koefisien determinasi (R^2 atau R Square) pada intinya mengukur seberapa besar sumbangan efektif yang diberikan variabel yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 3.13 dibawah ini:

Tabel 3.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	Nilai Korelasi (r)	Nilai R Square	Keterangan
Konformitas Perilaku Konsumtif	0.169	0.29	29%

Berdasarkan tabel 3.13 diatas, diketahui bahwa nilai korelasi r sebesar 0,169 dan dikuadratkan (r^2) menjadi 0,29 sehingga dipresentasikan ($0,29 \times 100 = 29\%$). Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam penelitian ini sebesar 29% sementara 70,1% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian menemukan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir, maka hipotesis yang diajukan oleh peneliti dapat diterima. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Sehingga hipotesis penelitian ini diterima, artinya

hasil penelitian menunjukkan bahwa konformitas dianggap sebagai salah satu faktor yang ikut mempengaruhi perilaku konsumtif karena semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, begitu juga sebaliknya semakin rendah konformitas maka akan semakin rendah perilaku konsumtif. Temuan penelitian ini didukung oleh hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh ahli psikologi sosial seperti kajian yang dilakukan oleh Fitriyani dkk (2013) dalam penelitiannya pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang menyatakan bahwa konformitas mempunyai pengaruh positif terhadap perilaku konsumtif dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,33 dengan sumbangan efektif sebesar 10,9% dan hasil ini menunjukkan signifikan dengan probabilitas sebesar 0,000 ($p < 0,005$). Hal tersebut menunjukkan bahwa konformitas mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa sebesar 10,9% dan sisanya sebesar 89,1% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Perdana (2017) dalam penelitiannya pada mahasiswi angkatan 2016 di Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi seperti harga diri, kepribadian dan konsep diri, pekerjaan, jenis kelamin, keadaan ekonomi, kelas sosial, keluarga, dan kebudayaan. Akan mempengaruhi mahasiswa berperilaku konsumtif, karena semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa, begitu juga dengan sebaliknya.

Menurut Haryani (2015) dalam penelitiannya pada remaja putri di Kota Pekanbaru menunjukkan bahwa variabel konformitas memiliki pengaruh

signifikan terhadap perilaku konsumtif . Hal ini terbukti dengan hasil nilai probabilitas (p) pada taraf signifikan 5% yang terdapat pada tabel uji signifikan menunjukkan 0,000 ($p < 0,005$) yang artinya konformitas memiliki hubungan yang signifikan dengan perilaku konsumtif, yang mana gejala perilaku konsumtif dapat diduga sebagai suatu gejala sebab akibat. Dimana salah satu faktor yang turut berperan dalam pembentukan perilaku konsumtif adalah konformitas. Semakin konform seorang remaja dalam kelompoknya, maka semakin mudah dipengaruhi untuk berperilaku konsumtif. Hal ini sesuai dengan pendapat Rice (dalam Zebua & Nurdjayadi, 2001) yang menyatakan bahwa remaja lebih konform yang berkaitan dengan lingkungannya karena mempunyai keinginan yang besar untuk menjaga harmonisasi, mencapai persetujuan, dan penerimaan sosial.

Berdasarkan hasil penelitian Diana (2019) penelitian yang dilakukan di FKIP Universitas PGRI Madiun, menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap online shopping pada remaja. Dimana pergaulan yang mendukung adanya suasana kompetitif yang lebih memberikan pengaruh kepada remaja, bahwa karakter remaja yang mudah dipengaruhi oleh teman sebaya menimbulkan terjadinya perubahan gaya hidup konsumtif pada remaja.

Selain itu dalam penelitian yang dilakukan oleh Indah dkk (2015) pada mahasiswi di Fakultas Psikologi Uin Suska Riau menunjukkan bahwa koefisien korelasi antara konformitas dengan perilaku konsumtif sebesar 0,323 pada taraf signifikan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Maka dari itu diperoleh probabilitas (p) yaitu 0,000

dan nilai p tersebut lebih kecil dari pada $p < 0,05$ ($p = 0,000 < 0,05$) hasil analisis menunjukkan nilai R bertanda positif artinya semakin tinggi konformitas maka perilaku konsumtif semakin tinggi, sebaliknya semakin rendah konformitas maka perilaku konsumtif semakin rendah. Dimana sumbangan analisis data dari variabel konformitas sebesar 10,5% yang berarti konformitas mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal ini menyebabkan mahasiswi cenderung mengonsumsi apa yang dikonsumsi oleh kelompoknya, seperti aksesoris, produk kecantikan khususnya kosmetik, karena bagi mahasiswi penampilan merupakan hal utama dalam pergaulan untuk bisa diterima dan menjadi bagian dari kelompok. Sejalan dengan penelitian Artledia (2009) bahwa salah satu faktor psikologis yang berperan dalam pembentukan perilaku membeli adalah tingkat konformitas. Semakin konform mahasiswi terhadap kelompoknya, maka semakin mudah terpengaruh berperilaku konsumtif.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan terdapatnya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir di kota Pekanbaru. Hal ini dapat diketahui bahwa semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif sebaliknya semakin rendah konformitas maka akan semakin rendah perilaku konsumtif.

Berdasarkan uraian diatas, penulis menyadari selama penelitian dilakukan ada beberapa kelemahan yang mungkin dapat mempengaruhi hasil penelitian, yaitu (1) penulis tidak dapat melihat dan memperhatikan secara langsung jawaban responden ketika melakukan pengisian skala dikarenakan ketebatasan waktu sehingga kemungkina terjadinya ketidaksesuain atau asal-asalan dalam

mengisi pilihan jawaban yang tersedia, (2) adanya beberapa pernyataan aitem yang mungkin sulit dimengerti oleh responden, (3) adanya kelelahan pada responden saat pengisian skala sehingga responden mengisi asal-asalan yang tidak sesuai dengan diri responden, (4) Lebih memperhatikan masalah dari penelitian agar peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian yang ada lebih baik dan teliti.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Hubungan yang signifikan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas pada remaja maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja, begitu juga sebaliknya semakin rendah konformitas pada remaja maka akan semakin rendah perilaku konsumtif pada remaja.

B. Saran

Berdasarkan data hasil penelitian, maka saran yang di ajukan penulis terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Fakultas

Dari hasil penelitian tersebut, peneliti berharap agar dapat menambah hasil penelitian dari mahasiswa untuk fakultas tersebut, agar hasil penelitian yang telah dilakukan oleh mahasiswa dapat menjadi sebuah referensi untuk membuat hasil penelitian yang lebih baik lagi.

2. Bagi Remaja

Bagi remaja sebagai proses transisi, diharapkan agar lebih selektif dalam memilih lingkungan yang tepat, seperti berfikir logis dan rasional, serta mempertimbangkan kebutuhan dengan keinginan yang sesuai dengan kehidupan yang diperlukan.

3. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya agar dapat lebih memperhatikan variabel-variabel lain yang mempengaruhi terjadinya konformitas, misalnya variabel teman sebaya, kontrol diri dan pembelian implusif.
- b. Disarankan bagi peneliti selanjutnya agar dapat membuat pernyataan aitem dengan kalimat yang sederhana dan mudah dimengerti agar responden dapat memahami dan mengisi skala dengan benar sesuai dengan diri responden.
- c. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya agar lebih memaksimalkan lagi dalam memenuhi metode penelitian agar lebih akurat, dan menjadi perbaikan secara berkesinambungan pada pebelitian selanjutnya.
- d. Hendaknya peneliti selanjutnya lebih memperdalam pembahasan penelitian dan dapat mempertimbangkan hasil penelitian tersebut dengan penelitian lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2010). *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Albarry, (1994). *Kamus Modern Bahasa*. Yogyakarta : Arloka.
- Artledia, Sihotang. (2009). Hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian impulsive pada remaja. Skripsi. Semarang : Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Astuti, P. & Puspitawati, I. (2008). Hubungan antara sikap remaja putri terhadap produk multi level marketing dengan perilaku konsumtif dalam pembelian barang kosmetik. Gunadarma.ac.id.
- Azizah, P.N & Listiara, A. (2017). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam pembelian tas melalui online shop pada mahasiswi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik dan fakultas ilmu budaya universitas diponegoro. *Jurnal Empati*.6.(1)332-337.
- Badan Pusat Statustik. (2019). *Kecamatan Bukit Raya Dalam Angka 2018*. Pekanbaru : Cv. MN. Grafika.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). *Social Psychology*. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Bungin. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Baron, R. A., & Byrne. D. (2005). *Psikologi sosial* jilid 2 edisi kesepuluh. Jakarta:Erlangga.
- Damayanti, A.M., (2014). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa indekost mewah di kecematan kartasura. Naskah Publikasi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Diana, A.T & Margawati, T.M. (2019). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap online shopping pada remaja. *Jurnal Kependidikan*.5.(1).16-20.
- Engel, J. F, Blackwell, R.D, Miniard, P.W, (2005). *Perilaku Konsumen*. Jilid 1. Diterjemahkan oleh Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Fitriyani, N., Widodo, P.B & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*.12.(1).55-68.
- Fromm, Erich. (1995). *Masyarakat yang Sehat*. Jakarta : Yayasan Obor Indonesia.

- Faradila, D.A. (2018). Hubungan konsep diri dan perilaku konsumtif online shopping produk pakaian pada mahasiswa. Skripsi. Fakultas Psikologi : Universitas Muhammadiyah Malang.
- Haryani, I & Herwanto, J. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*.11.(1).5-11.
- Kardiman, (2006). *Ekonomi : Dunia Keseharian Kita*. Yogyakarta : Yudhistira.
- Kementrian Pendidikan Nasional. (2010). *Pengembangan Pendidikan Budaya dan Karakter Bangsa*. Jakarta: Kemendiknas.
- Khadafi, (2014). Hubungan Antara Model Peer Pressure Dengan Perilaku Konsumtif Produk Makanan Pada Remaja. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- KBBI, (2016). Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [Online] Available at: <http://kbbi.web.id/pusat>. [Diakses, 21 Juni 2019].
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Pt. Prenhalindo.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nugroho. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*, Andi :Yogyakarta
- Parma, S. A. (2007). Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif remaja putri dalam pembelian kosmetik melalui katalog di SMA Negeri 1 Semarang. Intisari Semarang : Fakultas Psikologi UNDIP Semarang.
- Perdana, I.P & Mujiasih, E. (2017). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif membeli pakaian pada mahasiswi angkatan 2016 fakultas psikologi universitas diponegoro. *Jurnal Empati* .6.(4).195-208.
- Sarwono, S. W. (2004). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada.
- Sears, D.O. (2004). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh Drs.Zoelkifli Kasip. Jakarta : PT Indeks.
- Sitohang, A. (2009). Hubungan antara konformitas terhadap kelompok teman sebaya dengan pembelian implusif pada remaja. Ringkasan Skripsi. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Sembiring,J.(2008).Budaya Konsumerisme. Available

- Sarwono. (2005). *Psikologi Sosial : Psikologi Kelompok dan Psikologi Terapan*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Menoropong imbas pesan Iklan Televisi*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta. CV
- Sugiyono, (2015). *Statiska untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Triyaningsih, S.L. (2011). Dampak online marketing malalui facebook terhadap perilaku konsumtif masyarakat. *Jurnal ekonomi dan kewirausahaan*.11.(2).172-177.
- Taylor, S.E., Peplau, L.A & Sears, D.O. (2009). *Psikologi Sosial Edisi XII*. Jakarta : Kencana.
- Taylor, Peter G.et al. (2004). Exploring student adaption to new learning environments : some unexpected outcomes. *International Journal of Learning Technology*.1.(1).00-110.
- Warhani, M.D. (2009). Hubungan antara konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri. Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Wahyudi. (2013) Tinjauan tentang perilaku konsumtif remaja pengunjung mall Samarinda Central Plaza. *Ejournal sosiologi*, 26-35.
- Yuliantari, M.I & Herdiyanto., Y.K. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal psikologi udayana*.2.(1).89-99.
- Zebua, A & Nurdjayadi, R. (2001). Hubungan antara konformitas dan konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri.*Jurnal Phronesi*.3.(6).72-82.