

## Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi di Jakarta

Rahmalika Putri Anjani<sup>1\*</sup>, Marsofiyati<sup>2</sup>, Eka Dewi Utari<sup>3</sup>

Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran Fakultas Ekonomi  
Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Korespondensi penulis: [Rahmalikaputrianjani30@gmail.com](mailto:Rahmalikaputrianjani30@gmail.com)\*

**Abstract:** Consumer behavior is a common phenomenon in urban communities, including among female students. This behavior is characterized by excessive purchases of goods without considering rational needs. One of the main factors influencing consumer behavior is social conformity, especially peer pressure. Female students often follow a consumer lifestyle to gain recognition from their social group. In addition, external factors such as culture, social class, family influence, and situations also play a role in shaping consumer behavior. This study aims to examine the relationship between conformity and consumer behavior in female students in Jakarta, by exploring the role of various social factors, including family influence. This study is expected to provide deeper insight into the social dynamics that influence consumer behavior and become the basis for more effective interventions in reducing consumer behavior in this age group.

**Keywords:** Consumer Behavior, Social Conformity, Jakarta Female Students

**Abstrak:** Perilaku konsumtif menjadi fenomena umum di masyarakat perkotaan, termasuk di kalangan mahasiswi. Perilaku ini ditandai oleh pembelian barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang rasional. Salah satu faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumtif adalah konformitas sosial, terutama tekanan dari teman sebaya. Mahasiswi seringkali mengikuti gaya hidup konsumtif untuk memperoleh pengakuan dari kelompok sosial mereka. Selain itu, faktor eksternal seperti budaya, kelas sosial, pengaruh keluarga, dan situasi juga turut berperan dalam membentuk perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Jakarta, dengan mengeksplorasi peran berbagai faktor sosial, termasuk pengaruh keluarga. Studi ini diharapkan memberikan wawasan lebih mendalam tentang dinamika sosial yang memengaruhi perilaku konsumtif serta menjadi dasar untuk intervensi yang lebih efektif dalam mengurangi perilaku konsumtif pada kelompok usia ini.

**Kata Kunci :** Perilaku Konsumtif, Konformitas Sosial, Mahasiswi Jakarta

### 1. PENDAHULUAN

Perilaku konsumtif menjadi suatu fenomena yang marak terjadi di masyarakat khususnya pada masyarakat perkotaan. Menurut Sumartono (dalam Thohiroh, 2015) Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang dilakukan individu untuk membeli suatu barang tanpa adanya pertimbangan yang masuk akal individu membeli barang tersebut atau tidak berdasarkan pada faktor kebutuhan. Tambunan (2001) memperjelas bahwa perilaku konsumtif adalah keinginan individu untuk mengonsumsi barang yang kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan individu yang maksimal. Hal ini diperkuat oleh Dahlan (Rosyid, Lina dan Rosyid, 1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata.

Berdasarkan survey yang dirilis pada tahun 2013 oleh Lembaga Perlindungan Konsumen, dimana total permintaan barang naik dari 3,6% menjadi 19%, hal ini menunjukkan adanya permintaan barang-barang mewah yang signifikan. Adapun menurut data BPS, konsumsi masyarakat terbesar pada 2021 berasal dari Jakarta Timur, dengan nilai kumulatif mencapai Rp439,85 triliun. Di bawahnya ada Jakarta Selatan dengan nilai konsumsi masyarakat Rp437,88 triliun. Diikuti Jakarta Barat Rp415,15 triliun, Surabaya Rp348,85 triliun, dan Jakarta Utara Rp332,19 triliun yang menunjukkan nilai konsumsi terbesar di Indonesia berada di wilayah Jakarta. Fenomena ini menunjukkan bahwa semakin berkembangnya zaman, masyarakat memiliki perilaku konsumtif yang semakin meningkat dikarenakan banyaknya faktor yang dapat memengaruhi masyarakat memiliki gaya hidup yang konsumtif.

Menurut Swasta dan Handoko (1997) (dalam Setyawati, 2013) perilaku seseorang tidak lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi, begitu juga terjadinya perilaku konsumtif pada remaja, antara lain ditentukan oleh faktor ekonomi dan faktor eksternal.

Beberapa faktor yang mendorong konformitas termasuk keinginan untuk dihargai atau diterima oleh teman sebaya. Dalam banyak kasus, mahasiswa merasa tertekan untuk mengikuti gaya hidup konsumtif yang ditunjukkan oleh teman-teman mereka, yang dapat menyebabkan pengeluaran berlebihan untuk barang-barang mewah.

Faktor eksternal merupakan faktor dari luar individu yang berpengaruh terhadap pembentukan sikap dan perilaku, yaitu budaya, kelas sosial, pengaruh pribadi, keluarga dan situasi. Budaya mencakup nilai, norma sosial, dan budaya yang ada dalam masyarakat individu yang memengaruhi preferensi konsumtif. Kelas Sosial dan ekonomi individu yang memengaruhi pilihan konsumsi mereka. Tekanan dan pengaruh dari teman sebaya, kolega, atau figur publik yang dapat memengaruhi pilihan konsumsi. Pengaruh lingkungan keluarga, nilai-nilai yang diajarkan, dan pengalaman keluarga dalam hal konsumsi. Situasi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumtif seperti keadaan pasar, promosi, atau situasi emosional individu.

Dari faktor eksternal diatas penting untuk dipahami bahwa faktor-faktor eksternal memiliki pengaruh yang signifikan dalam membentuk perilaku sosial individu melakukan perilaku konformitas. Faktor ini memegang peran kunci dalam menentukan sejauh mana seseorang akan mengikuti norma-norma atau bersikap konformitas dalam tindakan mereka. Oleh sebab itu tekanan dari teman sebaya, kolega, atau tokoh publik bisa memiliki pengaruh yang signifikan karena mendorong individu untuk mengikuti tindakan yang umum diakui oleh kelompok sosial mereka. Semua faktor eksternal ini saling berinteraksi

dengan konformitas dan berperan dalam membentuk perilaku sosial individu dalam masyarakat.

Menurut Danim (2013: 112-113) Tugas-tugas perkembangan masa remaja dan masa dewasa awal yaitu Mencapai hubungan yang lebih matang dengan teman sebaya, Mencapai jaminan kemandirian ekonomi, dan Memperoleh seperangkat nilai sistem etika sebagai petunjuk/ pembimbing dalam berperilaku. Mahasiswi tergolong dalam masaremaja akhir, pada masa tersebut mahasiswi memiliki tanggung jawab terhadap masa perkembangannya. Sebagai makhluk sosial mahasiswi tidak bisa hidup sendiri, ia selalu membutuhkan orang lain dalam memenuhi kebutuhannya. Tidak jarang mereka jadi mendatangi suatu mall megah karena mengikuti teman, membeli barang karena ingin sama dengan temannya, dan melakukan suatu kegiatan yang sama dengan yang dikerjakan teman mereka. Mereka beranggapan bahwa setelah mengikuti perilaku atau gaya hidup orang lain yang mereka asosiasikan, mereka akan diakui di dalam kelompok, perilaku ini didasari oleh perasaan takut tidak diakui di lingkungan teman sebayanya. Halini sesuai dengan pendapat Sears (1994) yang menyatakan bahwa konformitas memiliki faktor-faktor yang mempengaruhi yaitu Rasa takut terhadap celaan sosial, Kekompakan kelompok, dan Kepercayaan yang lemah pada penilaian sendiri.

Terdapat gap penelitian atau celah penelitian ialah adanya variasi faktor sosial dalam menimbulkan suatu sikap konsumtif. Variasi faktor sosial mengacu pada perbedaan atau keragaman dalam faktor-faktor yang terkait dengan aspek sosial dalam suatu penelitian. Dalam konteks penelitian tentang konformitas dan perilaku konsumtif, variasi faktor sosial berarti mengamati perbedaan dalam faktor-faktor seperti adanya pengaruh keluarga.

Beberapa teori mengatakan selain teman sebaya yang mendominasi perilaku mahasiswi, terdapat pengaruh keluarga yang cukup besar. Setiap masing-masing keluarga memiliki pengaruh yang berbeda pada konformitas dan perilaku konsumtif mahasiswi. Beberapa keluarga mungkin mendorong perilaku konsumtif yang berlebihan, sementara yang lain mungkin mendorong nilai-nilai konservatif terhadap konsumsi.

Dengan menjelajahi variasi faktor sosial ini, penelitian selanjutnya dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang sejauh mana pengaruh keluarga memainkan peran dalam perilaku konsumtif selain teman sebaya maupun lingkungan kampus mahasiswi di Jakarta.

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan, masalah perilaku konsumtif ini menjadi fenomena yang marak terjadi di masyarakat saat ini. Kelompok usia remaja dan dewasa awal, termasuk pelajar dan mahasiswi menjadi kelompok dengan gaya hidup konsumtif yang tinggi. Salah satu faktor yang mendorong mahasiswi memiliki gaya hidup yang konsumtif adalah adanya pengaruh sosial konformitas. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut mengenai hubungan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi di Jakarta.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Definisi Konsumtif**

Perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang berlebihan namun kurang diperlukan oleh individu, hal ini untuk mencapai kepuasan pribadi yang maksimal (Tambunan, 2001). Perilaku konsumtif juga dapat diartikan yaitu gaya hidup yang ditandai dengan adanya perilaku membeli barang atau sesuatu namun kurang memerhatikan kebutuhan dan tanpa pertimbangan yang rasional dan prioritas, melainkan untuk memenuhi keinginan hasrat pribadi semata saja (Fitriyani et al., 2013).

Menurut Sumartono (2002), Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan pembelian yang dilakukan oleh individu tanpa disadari oleh pertimbangan yang masuk akal serta tidak berdasarkan pada faktor kebutuhan utama individu. Erich Fromm juga mendefinisikan perilaku konsumtif, yaitu perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan pribadi, serta tidak adanya skala prioritas dan dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah.

Dapat disimpulkan dari pengertian di atas, bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dengan membeli sesuatu secara berlebihan tanpa pertimbangan yang rasional, skala prioritas dan bukan berdasarkan kebutuhan utama individu, melainkan untuk memenuhi keinginannya (Tabran et al., 2023).

### **Definisi Konformitas**

Menurut Taylor, Peplau, & Sears (2006: 205), konformitas adalah tindakan yang ditunjukkan oleh seseorang karena dipengaruhi oleh perilaku yang sama yang ditunjukkan oleh orang lain. Konformitas terjadi ketika individu meniru sikap atau perilaku orang lain karena adanya tekanan yang bisa bersifat nyata maupun dibayangkan oleh mereka. Dengan kata lain, konformitas mencerminkan kecenderungan untuk sesuai dengan norma-norma atau tindakan kelompok sebagai respons terhadap tekanan sosial. Konformitas dapat

terlihat melalui perubahan perilaku atau keyakinan seseorang sebagai respons terhadap tekanan yang berasal dari kelompok, entah itu tekanan yang bersifat nyata maupun yang hanya dibayangkan (Kiesler & Kiesler seperti yang dikutip dalam Sarwono, 1999, h.172). Ini mengindikasikan bahwa individu cenderung menyesuaikan sikap atau pandangan mereka dengan norma atau harapan kelompok, terlepas dari apakah tekanan tersebut benar-benar ada atau hanya dirasakan secara individu.

### **Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif**

Konformitas merupakan suatu perubahan perilaku individu sebagai bentuk usaha untuk melakukan penyesuaian diri terhadap norma kelompoknya, baik adanya tekanan tertentu dari kelompok maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa tuntutan dari kelompok atau teman sebaya terhadap individu untuk memunculkan perilaku-perilaku tertentu.

Konformitas ini memengaruhi berbagai aspek kehidupan individu khususnya pada individu remaja akhir atau dewasa awal. Seperti halnya pada aktivitas mahasiswa atau mahasiswi di dalam lingkup aktivitas perkuliahan, penampilan, bahasa, sikap, ataupun nilai-nilai yang dianut di dalam kelompok. Mahasiswi umumnya melakukan konformitas atas keinginannya sendiri untuk bisa terlibat di dalam kelompok teman sebayanya ataupun karena keinginannya untuk mengikuti orang lain, dalam hal berpakaian, dan lainnya (Santrock, 2002).

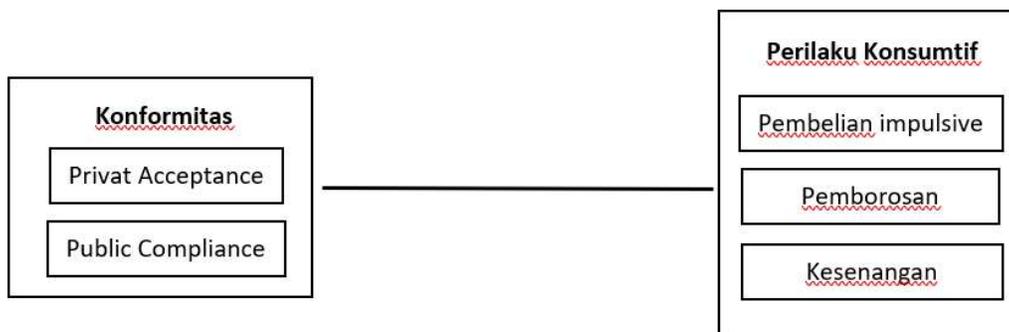
Kebanyakan mahasiswi lebih terpengaruh dari kelompok teman sebaya mereka dalam hal sikap, pembicaraan, minat, penampilan, perilaku yang mana ini lebih besar dibanding pengaruh dari lingkungan lain. Misalnya, sebagian besar mahasiswi memakai model pakaian yang sama dengan lingkungannya karena ini kesempatan bagi individu untuk lebih diterima oleh kelompok tersebut. Ketika pendapat mahasiswi berbeda dengan pendapat dari kelompok teman sebayanya, ia akan merasa lebih tertekan dan berusaha untuk mengubah dan menyamakan pendapatnya untuk melakukan konformitas dengan teman temannya. Penyesuaian diri dengan norma yang ada dalam kelompok tanpa pemikiran yang mandiri ini disebut sebagai konformitas (Sarwono, 1995).

Perilaku konsumtif pada lingkup mahasiswi juga menjadi fenomena yang sudah umum dan melanda kehidupan bermasyarakat khususnya di perkotaan. Mahasiswi seringkali dijadikan target pemasaran oleh produk-produk industri karena karakteristik mahasiswa yang seringkali mudah dipengaruhi oleh orang lain yang akhirnya mendorong mereka untuk membeli produk tertentu. Dalam hal ini tidak jarang perilaku membeli

tersebut dilakukan bukan karena suatu produk dibutuhkan, melainkan membeli karena alasan lain seperti mengikuti arus, tren, gaya gayaan, keinginan pribadi, atau ingin memperoleh pengakuan dari lingkungan sosial.

Dalam membeli atau belanja, mahasiswi terkadang dinilai kurang efisien dalam menggunakan uangnya. Mahasiswi cenderung membeli barang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhannya, tapi menjadi keinginan pribadinya, seperti untuk meniru orang lain, mencoba-coba produk baru atau untuk mengikuti orang lain. Remaja akan cenderung membeli dan membeli terus yang mana menyebabkan menjadi perilaku yang lebih konsumtif. Dari sini dapat dilihat bahwa mahasiswi cenderung untuk mengikuti norma sosial dalam kelompok teman sebayanya, yang mana individu membutuhkan harmonisasi dan dukungan emosi dalam menjalin persahabatan. Mahasiswi akan cenderung menyamakan perilakunya termasuk gaya hidup, penampilan, dan lainnya agar sesuai dengan orang lain dan ingin dipandang sama dengan rekan sebaya atau kelompok tersebut. Inilah salah satu faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif terjadi dalam lingkup mahasiswi.

### Kerangka Berpikir/Konseptual



### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggambarkan bahwa konformitas memiliki hubungan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif menggunakan perantara kuesioner. Metode penelitian kuantitatif memiliki filsafat positivisme sebagai landasannya, berguna untuk meneliti sampel dan populasi tertentu, menganalisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017). Spesifikasi dalam metode penelitian kuantitatif yakni nya terencana, sistematis, dan tersusun dengan jelas dari awal. Data yang

diperoleh berupa angka-angka yang akan diproses hingga menjadi informasi yang akurat dalam penelitian. Data tersebut pun didapatkan langsung dari lapangan penelitian sehingga mengandung fakta-fakta positif, maka disebutlah sebagai penelitian positivistik. Metode kuantitatif dikatakan sebagai metode tradisional, hal ini dikarenakan penggunaannya sudah cukup lama sehingga menjadi tradisi untuk metode penelitian. Selain itu, metode kuantitatif juga tetap dapat ditemukan serta dikembangkan oleh ilmu teknologi yang baru sehingga disebut juga sebagai metode *discovery*.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Deskripsi Data Demografis

Analisis deskriptif data demografis ini didasarkan pada data penelitian yang telah terkumpul, berupa hasil tanggapan kuesioner yang diperoleh dari 50 responden mahasiswi di Jakarta. Data penelitian yang terkumpul tersebut ditransformasikan dalam bentuk tabel numerik sehingga mudah untuk dipahami dan diinterpretasikan. Demografi responden terdiri dari jenis kelamin, usia, wilayah universitas, dan asal sumber pendapatan.

Karakteristik demografi responden penelitian dapat dijabarkan berikut:

**Tabel 1.** Data Demografis

Karakteristik		f	%
Jenis Kelamin	Perempuan	50	100,0
Usia	18 tahun	2	4,0
	19 tahun	18	36,0
	20 tahun	18	36,0
	21 tahun	8	16,0
	22 tahun	2	4,0
	23 tahun	1	2,0
	24 tahun	1	2,0
	Wilayah Universitas	Jakarta Selatan	10
Jakarta Utara		10	20,0
Jakarta Timur		10	20,0
Jakarta Utara		10	20,0
Jakarta Pusat		10	20,0
Asal Sumber Pendapat	Orang Tua/Wali	43	86,0
	Bekerja/Magang	5	10,0
	Beasiswa	2	4,0

Dalam penelitian ini, peneliti mengeksplorasi karakteristik demografis dari 50 mahasiswi di Jakarta berdasarkan hasil tanggapan kuesioner. Hasil analisis data demografis menunjukkan profil yang menarik. Secara keseluruhan, seluruh responden merupakan

perempuan, menciptakan suatu konteks penelitian yang khusus terfokus pada perspektif dan pengalaman perempuan. Ketika melihat distribusi usia, mayoritas mahasiswi berada dalam rentang usia 19-20 tahun, dengan puncak proporsi pada usia 19 tahun mencapai 36%. Selanjutnya, terlihat bahwa mahasiswi tersebar merata di berbagai wilayah Jakarta, menciptakan keragaman dan representasi yang adil dari Jakarta Selatan, Utara, Timur, Barat, dan Pusat, masing-masing sebesar 20%. Pemahaman mendalam tentang demografi wilayah dapat memberikan wawasan yang berharga terkait dengan faktor-faktor lokal yang mungkin memengaruhi pengalaman mahasiswi. Mayoritas responden mengandalkan sumber pendapatan dari orang tua atau wali, mencapai 86%. Sementara itu, sebagian kecil mahasiswi memperoleh pendapatan melalui bekerja atau magang (10%) dan menerima beasiswa (4%).

Analisis demografis ini memberikan fondasi yang kokoh untuk memahami keragaman dan latar belakang responden, yang merupakan elemen kunci dalam memahami hasil dan implikasi penelitian ini.

### Deskripsi Data Variabel

Data yang ditabulasi adalah sesuai jawaban responden atas pernyataan yang ada dalam kuesioner. Dalam proses pengolahan data, setiap pernyataan dinilai dengan skor dari 1 hingga 4, mencerminkan sejauh mana setuju responden terhadap pilihan jawaban. Pernyataan-pernyataan ini terkait dengan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi di Jakarta. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS dan menghasilkan deskripsi statistik sebagai berikut:

**Tabel 2.** Descriptive Statistics

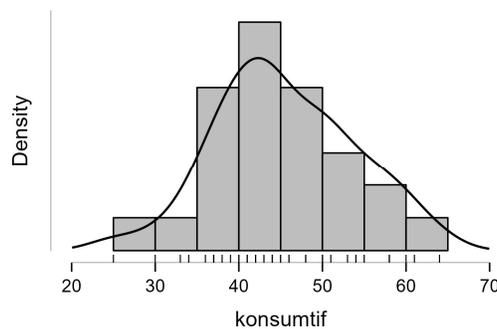
	<b>konformitas</b>	<b>konsumtif</b>
Valid	50	50
Missing		0
Mean	26.580	45.480
<b>Std. Deviation</b>	<b>5.191</b>	<b>8.382</b>
Minimum	17.000	25.000
Maximum	37.000	64.000
25th percentile	23.000	40.000
50th percentile	26.500	44.500

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif pada Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa total sampel yang digunakan adalah 50 mahasiswi. Hasil statistik deskriptif dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Variabel Konsumtif

Variabel konsumtif diukur menggunakan 22 item pernyataan dengan skala *likert* berjumlah 4 poin, dan hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata skornya adalah 45.480, dengan standar deviasi sebesar 8.382, serta rentang skor dari 25 untuk minimum dan 64 maksimumnya.

Standar deviasi yang lebih kecil dibandingkan dengan nilai rata-rata menunjukkan bahwa data atau variabel konsumtif cenderung tidak bervariasi secara signifikan di antara responden. Dengan kata lain, skor partisipan cenderung mendekati rata-rata, menunjukkan tingkat konsistensi yang relatif tinggi dalam respons terhadap item pernyataan konsumtif. Meskipun rata-rata skor mencerminkan tingkat konsumtif yang moderat, rendahnya standar deviasi mengindikasikan adanya keseragaman perilaku konsumtif di dalam kelompok tersebut. Berikut grafik histogram dapat dilihat pada gambar 4.2.1 dibawah ini:



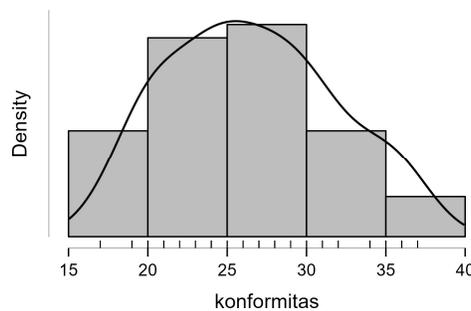
**Gambar 1.** Grafik Histogram Variabel Konsumtif

Selanjutnya berdasarkan data persentil dalam tabel, nilai *25th percentile* (40.000) menunjukkan bahwa 25% dari data konsumtif berada di bawah atau setara dengan 40.000. Sebagian besar data konsumtif cenderung berada pada tingkat yang lebih rendah. Median (*50th percentile*) sebesar 44.500 mencerminkan nilai tengah dari distribusi, di mana setengah dari data konsumtif berada di bawah 44.500 dan setengahnya lagi berada di atasnya. Terakhir, nilai *75th percentile* (50.000) mengindikasikan bahwa 75% dari data konsumtif memiliki nilai di bawah atau setara dengan 50.000. Dengan demikian, sekitar 25% dari data konsumtif berada pada tingkat yang lebih tinggi, menunjukkan adanya variasi yang signifikan dalam tingkat konsumtif.

b. Variabel Konformitas

Variabel konformitas diukur menggunakan 14 pernyataan dengan skalalikert 4 poin. Hasil analisis menunjukkan bahwa rata-rata konformitas responden adalah 26.580, dengan standar deviasi sebesar 5.191, dan rentang nilai antara 17 hingga 37.

Nilai standar deviasi yang lebih rendah dari rata-rata menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung memiliki tingkat konformitas yang serupa. Namun, rentang nilai yang besar antara 17 dan 37 mengindikasikan bahwa ada sejumlah responden yang memberikan tingkat konformitas yang signifikan berbeda dari rata-rata. Dengan kata lain, sebagian besar responden memiliki kesamaan dalam tingkat konformitas, tetapi ada sejumlah kecil responden yang menonjol dengan tingkat konformitas yang jauh dari nilai rata-rata. Berikut grafik histogram dapat dilihat pada gambar 4.2.2 dibawah ini:



**Gambar 2.** Grafik Histogram Variabel Konformitas

Dalam variabel konformitas ditemukan pula pada titik *25th percentile* dengan nilai 23.000, dapat disimpulkan bahwa 25% dari data konformitas berada di bawah angka ini. Dengan kata lain, sejumlah besar data memiliki tingkat konformitas yang relatif rendah. Kemudian, pada *50th percentile* atau median dengan nilai 26.500, setengah dari data konformitas berada di bawah angka ini. Ini menandakan bahwa nilai konformitas yang lebih tinggi menjadi lebih umum di antara dataset ini. Pada titik *75th percentile* dengan nilai 30.000, dapat disimpulkan bahwa 75% dari data memiliki nilai konformitas di bawah angka ini, menunjukkan bahwa sebagian besar data berada pada tingkat konformitas yang cukup tinggi. Dengan demikian, melalui pemahaman persentil ini, kita dapat menyimpulkan bahwa sebagian besar data konformitas

berkumpul pada tingkat yang moderat hingga tinggi, sementara sejumlah kecil data memiliki tingkat konformitas yang lebih rendah.

c. Hasil Uji Hipotesis

Dalam menguji hipotesis penelitian ini, bentuk yang digunakan adalah Pearson product moment guna mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Jakarta. Hal ini didasarkan pada hipotesis yang tertera di bab 3 sebelumnya yakni:

- a)  $H_a$  : Terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Jakarta.
- b)  $H_o$  : tidak Terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Jakarta.

Penentuannya didasari oleh probabilitas besar angka yang didapatkan, yaitu sebagai berikut :

- 1) Apabila nilai  $p < 0.05$  maka  $H_a$  diterima,  $H_o$  ditolak
- 2) Apabila nilai  $p > 0.05$  maka  $H_o$  diterima,  $H_a$  ditolak

Hasil pengolahan data korelasi antar variabel ini didapatkan melalui bantuan JSPversi 0.18.1.0, yang akan diuraikan dalam tabel berikut:

### Pearson's Correlations

Variable		konformitas	konsumtif
1. konformitas	Pearson's r	—	
	p-value	—0.450	
2. konsumtif	Pearson's r		—
	p-value	0.001	—

Tabel diatas menunjukkan nilai korelasi pearson sebesar 0,450 yang menandakan adanya kekuatan hubungan positif antara variabel konformitas dengan variabel konsumtif dikarenakan nilai signifikan yang didapatkan lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,001 . Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Jakarta.

Nilai r-pearson menunjukkan tingkat besaran efek, apabila  $< 0.1$  maka efeknya sangat kecil,  $0.1 - 0.3$  berarti efeknya kecil,  $0.3 - 0.5$  berarti efeknya sedang, dan  $> 0.5$  berarti efeknya besar. Dikarenakan nilai  $r = 0,450$  maka ini menunjukkan efek yang sedang.

## Pembahasan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana korelasi antara tingkat konformitas dengan perilaku konsumtif, dimana perlu diketahui apakah terdapat hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Jakarta. Populasi yang diambil dari penelitian ini adalah mahasiswi S1 di wilayah Jakarta. Peneliti menggunakan *cluster sampling* yang terbagi menjadi Jakarta Utara, Jakarta Selatan, Jakarta Timur, Jakarta Barat, dan Jakarta Pusat dengan sampel merata yaitu 20% responden tiap daerahnya.

Terdapat dua data yang diambil berdasarkan penelitian ini, yaitu data konformitas dan data perilaku konsumtif dengan sampel penelitian berjumlah 50 responden yang mayoritas diisi oleh mahasiswi berumur 18 dan 19 tahun. Data Konformitas dan perilaku konsumtif mahasiswi ini peneliti dapatkan setelah responden mengisi kuesioner yang disebarakan melalui *Google form*. Dalam penelitian ini, skor yang disajikan adalah kisaran 1-4 (Sangat tidak setuju, tidak setuju, setuju, dan sangat setuju) dengan kuesioner yang memiliki jumlah 36 soal yang terdiri dari 22 soal yang menggambarkan perilaku konsumtif dan 14 soal menggambarkan konformitas.

Berdasarkan analisis hasil penelitian, menunjukkan adanya hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif mahasiswi di Jakarta. Hal ini dibuktikan oleh hasil uji hipotesis sebelumnya ( $r = 0,450$  ;  $p = 0,001$ ), dengan ini konformitas dianggap sebagai salah satu penentu yang memiliki kaitan dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. Hasil ini sesuai dengan penelitian (Santrock, 2002) dan (Sarwono, 1995) yang menyatakan bahwa konformitas membuat mahasiswi mengikuti keinginan kelompok dalam hal apapun termasuk dalam mengkonsumsi sesuatu.

Konformitas terjadi ketika individu meniru sikap atau perilaku orang lain karena adanya tekanan yang bisa bersifat nyata maupun dibayangkan oleh mereka. Dengan kata lain, konformitas mencerminkan kecenderungan untuk sesuai dengan norma-norma atau tindakan kelompok sebagai respons terhadap tekanan sosial. Tindakan ini marak terjadi di kalangan remaja akhir karena sedang dalam fase mencari jati diri, terkhususnya pada mahasiswa perempuan. Hal ini sesuai dengan penelitian Rice yang menemukan bahwa remaja putri cenderung lebih konformitas terhadap kelompoknya daripada remaja putra. Berdasarkan hasil data deskriptif, nilai standar deviasi yang didapatkan lebih rendah dari rata-rata. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswi yang berkuliah di Jakarta cenderung memiliki tingkat konformitas yang serupa.

Konformitas pada remaja putri berkaitan dengan pengambilan keputusan yang tidak berasal dari kebutuhan pribadi individu, namun hanya karena ingin dianggap dalam pertemanan. Seperti memutuskan untuk membeli produk karena melihat teman memakainya atau bahkan ke cafe kelas menengah ke atas bersama teman karena ingin dianggap keren seperti teman yang lain. Hal ini sesuai dengan teori berikut, bahwasanya remaja putri mudah terbawa oleh rayuan iklan, tidak realistis, cenderung boros dalam keuangan, serta suka ikut-ikutan teman (Sari, 2009). Teori ini bersinggungan pula dengan definisi perilaku konsumtif dari Erich Fromm, yaitu perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan yang mendahulukan keinginan daripada kebutuhan pribadi, serta tidak adanya skala prioritas dan dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah. Dari data deskriptif yang didapatkan, skor mahasiswi di Jakarta cenderung mendekati rata-rata. Hal ini menunjukkan tingkat konsistensi yang relatif tinggi dalam respons terhadap item pernyataan konsumtif.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pengujian secara statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi di Jakarta. Hubungan yang dihasilkan bersifat positif, yang menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas, semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya. Temuan dari pengujian statistik menunjukkan bahwa hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, sementara hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Hasil uji hipotesis sebelumnya, dengan nilai korelasi ( $r = 0,450$ ;  $p = 0,001$ ), mendukung pandangan bahwa konformitas adalah faktor yang berhubungan dengan perilaku konsumtif mahasiswi. Dengan kata lain, tingkat konformitas dianggap sebagai salah satu penentu yang memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumtif pada kelompok mahasiswi yang diteliti.

### **Saran**

Saran praktis yang dapat diterapkan dalam konteks perilaku konsumtif dan konformitas pada mahasiswi di Jakarta meliputi:

1. Mengadakan program pendidikan dan pelatihan yang bertujuan untuk meningkatkan kesadaran akan perilaku konsumtif yang berlebihan dan konformitas yang tidak sehat.
2. Mendorong mahasiswi untuk mengembangkan keterampilan pengambilan keputusan yang lebih matang dan mandiri terkait dengan pembelian suatu barang untuk menghindari perilaku konsumtif karena konformitas.

Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

- a. Melakukan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumtif dan konformitas pada mahasiswi, termasuk pengaruh keluarga, media sosial, kampanye iklan, dan lingkungan kampus.
- b. Melakukan penelitian berjangka panjang untuk memahami perkembangan perilaku konsumtif dan konformitas pada mahasiswidari waktu ke waktu.
- c. Melakukan penelitian komparatif antara mahasiswi dari berbagai wilayah di Jakarta untuk memahami perbedaan dalam perilaku konsumtif dan konformitas berdasarkan latar belakang sosial dan budaya.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 12(1), 34-36.
- Aqila, V. (2020). Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada kelompok arisan Cafe Uma 84. [Skripsi, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Medan Area].
- Aryani, G. (2006). Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMA Negeri I Semarang tahun ajaran 2005/2006. *Universitas Negeri Semarang*.
- Destisya, J., Ria, S., Yoyok, H., & Yusnaini. (2019). Peran peer group dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya. *Jurnal Sosiologi Nusantara*, 5(2), 126-139.
- Fardhani, P. R., & Izzati, U. A. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja (Studi pada siswa kelas XI SMA Trimurti Surabaya). *Character*, 1(2), Surabaya: Program Studi Psikologi Universitas Negeri Surabaya.
- Fitriyani, N., Presetyo, B. W., & Nailul, F. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Pendidikan Undip*, 12(1), 55-68.
- Hijrianti, U. R., & Andi, M. F. (2020). Peran konformitas sebagai mediator hubungan harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Mediapsi*, 6(1).
- Hulukati, W., & Djibran, M. R. (2018). Analisis tugas perkembangan mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 73-75.
- Kusnandar, B. V. (2022). 10 wilayah konsumen terbesar di RI, Jakarta Timur juara. *Databoks*.
- Lestarina, E., Karimah, H., Febrianti, N., & Harlina, D. (2017). Perilaku konsumtif di kalangan remaja. *Indonesian Institute for Counseling, Education and Therapy (IICET)*, 2(2), 1-6.

- Malau, R. S. S. (2021). Perilaku konsumtif penggemar NCT. [Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia].
- Mustika, M. (2017). Hubungan self-awareness dengan kedisiplinan peserta didik kelas VIII di SMP Wiyatama Bandar Lampung (Penelitian korelasional bidang BK pribadi). [Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung].
- Putri, A. N. (2016). Pengaruh konformitas kelompok teman sebaya, konsep diri, dan faktor demografi terhadap gaya hidup konsumtif pada remaja. *Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.
- Rohman, A. A., & Sri, U. M. W. (2018). Analisis perilaku konsumtif dan perilaku menabung mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi di Jurusan Ekonomi Pembangunan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Malang Angkatan 2014. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 11(2), 107-117.
- Solichah, N. (2019). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi*, 6(2), 1-8.
- Tabran, M. T., Alma, Wahyuddin, & Sirajuddin. (2023). Perilaku konsumtif perspektif ekonomi Islam di masa pandemi Covid-19. *BALANCA: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 4(2), 24–32. <https://doi.org/10.35905/balanca.v4i2.2855>
- Thohiroh. (2015). Perilaku konsumtif melalui online shopping fashion pada mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta: Naskah publikasi. [Online] Dari: <http://eprints.ums.ac.id/35607/1/02.%20Naskah%20Publikasi.pdf>
- Wulandari, E. (2019). Hubungan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial UIN SUSKA RIAU. *Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.