

**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI UIN
MALIKI MALANG ANGKATAN 2013**

SKRIPSI



Oleh :

Dawi Maryam

11410099

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

2016

**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI
TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI UIN
MALIKI MALANG ANGKATAN 2013**

SKRIPSI

Diajukan kepada
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam memperoleh
gelar Sarjana Psikologi

Oleh

**Dawi Maryam
NIM. 11410099**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
2016**

**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI UIN MALIKI MALANG
ANGKATAN 2013**

SKRIPSI

Oleh

**Dawi Maryam
NIM. 11410099**

**Telah disetujui oleh:
Dosen Pembimbing**

**Dr. Rahmat Aziz, M.Si
NIP. 19700813 200112 1 001**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

**Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag
NIP. 19730710 200003 1 002**

SKRIPSI
PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI UIN MALIKI MALANG
ANGKATAN 2013

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal, 06 Januari 2016

Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing

Dr. Rahmat Aziz, M.Si
NIP. 19700813 200112 1 001

Anggota Penguji lain
Penguji Utama

Endah Kurniawati, M.Psi
NIP. 19750514 200003 2 003
Ketua Penguji

Tristiadi Ardi Ardani, M.Si
NIP. 19720118 199903 1 002

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi
Tanggal, 21 Januari 2016

Mengesahkan
Dekan Fakultas Psikologi
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

Dr. H. M. Lutfi Mustofa, M.Ag
NIP. 19730710 200003 1 002

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dawi Maryam.

NIM : 11410099

Fakultas : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat dengan judul “**Pengaruh Konformitan dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi UIN Maliki Malang Angkatan 2013**” adalah benar-benar hasil karya saya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang disebutkan sumbernya. Jika dikemudian hari ada *claim* dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar saya bersedia mendapatkan sangsi.

Malang, 21 Januari 2016

Penulis

Dawi Maryam

NIM. 11410099

MOTTO



Artinya: Makan dan Minumlah, dan janganlah berlebih-lebihan. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berlebih-lebihan. (Al-A'raf:31)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua tercinta, ayahanda Drs. Asdadin Hasan Bardi beserta ibunda Anik Choiriyah yang senantiasa memberi dukungan dan do'a yang tiada henti kepada penulis selama proses menuntut ilmu.
2. Kakak kakak tersayang Moh. Iman Ghozali, Moh. Imam Syafi'I, Moh. Imam Khanafi, serta adik-adik tersayang Jauharotul Jannah, dan Moh. Abu Hasan yang senantiasa memberikan motivasi, dukungan dan masukan kepada penulis.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah senantiasa penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. Sholawat serta salam juga senantiasa penulis panjatkan atas kehadiran Nabi Muhammad SAW yang senantiasa dinantikan syafaatnya kelak di hari akhir.

Karya ini tidak akan pernah ada tanpa adanya dukungan dari berbagai pihak yang telah terlibat dalam pembuatannya. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
2. Dekan fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
3. Dr. Rahmat Aziz, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang dengan sabar membimbing penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
4. Segenap dosen fakultas psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat dan berguna bagi penulis.
5. Saudara-saudara saya yang senantiasa memberikan dorongan dan tak lelah mengingatkan ketika kadang khilaf menghampiri
6. Teman-teman semasa kuliah yang tidak enggan dalam memberikan bantuan kepada penulis semasa di bangku kuliah.

7. Teman-teman kost yang tidak hentinya memberi dukungan dan motivasi kepada penulis.
8. Special kepada sahabat-sahabat yang senantiasa meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Semua pihak yang turut membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat kepada penulis dan pembaca.

Malang, 21 Januari 2016

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI	16
A. Perilaku Konsumtif	16
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	16
2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	19
3. Faktor-faktor Konformitas.....	21
B. Konformitas	25
1. Pengertian Konformitas.....	25
2. Macam-macam Konformitas	27
3. Aspek-aspek Konformitas	28
4. Faktor-faktor Konformitas.....	35
5. Bentuk-bentuk Perilaku Konformitas.....	37

C. Kontrol Diri.....	39
1. Pengertian Kontrol Diri	39
2. Aspek-aspek Kontrol Diri	41
3. Faktor-faktor Kontrol Diri.....	43
4. Jenis-jenis Kontrol Diri	44
5. Teknik Kontrol Diri.....	45
D. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif.....	46
E. Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif	50
F. Hipotesis.....	53
BAB III METODE PENELITIAN.....	55
A. Rancangan Penelitian	55
B. Identifikasi Variabel.....	55
C. Definisi Operasional.....	56
D. Subyek Penelitian.....	57
1. Populasi	57
2. Sampel.....	57
E. Metode Pengumpulan Data	59
1. Observasi	59
2. Wawancara	59
3. Skala	60
F. Validitas dan Reliabilitas	65
1. Validitas.....	65
2. Reliabilitas	66
G. Analisis Data Penelitian	68
1. Uji Normalitas	68
2. Uji Heteroskedastisitas	68
3. Analisis Deskriptif.....	69
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	74
A. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	74
1. Gambaran Lokasi Penelitian.....	74
2. Waktu dan Tempat	76
3. Keadaan Demografis Subjek.....	76

B. Hasil Penelitian	77
1. Hasil Uji Validitas	77
2. Hasil Uji Relibilitas	80
3. Hasil Uji Asumsi	81
4. Hasil Analisis Deskriptif	85
C. Uji Hipotesis	94
1. Analisis Hasil Regresi Linier Berganda	94
2. Uji F.....	97
3. Uji t.....	98
4. Hasil Uji Dominan.....	99
D. Pembahasan Hasil Penelitian	100
1. Tingkat konformitas, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif.....	100
2. PengaruhKonformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif....	112
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	116
A. Kesimpulan	116
B. Saran.....	118
DAFTAR PUSTAKA.....	120

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skor Skala Model <i>Likert</i>	61
Tabel 3.2 <i>Blueprint</i> Skala Perilaku Konsumtif	62
Tabel 3.3 <i>Blue Print</i> Skala Konformitas	63
Tabel 3.4 <i>Blue Print</i> Skala Kontrol Diri	65
Tabel 4.1 Umur Subyek Penelitian	76
Tabel 4.2 Hasil Validitas Perilaku Konsumtif	77
Tabel 4.3 Hasil Validitas Konformitas	78
Tabel 4.4 Hasil Validitas Kontrol Diri	79
Tabel 4.5 Reabilitas Perilaku Konsumtif, Konformitas, Kontrol Diri	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	81
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	82
Tabel 4.8 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi	85
Tabel 4.9 Kategorisasi.....	85
Tabel 4.10 Kategorisasi Mean dan Standar Deviasi Perilaku Konsumtif.....	86
Tabel 4.11 Kategorisasi Perilaku Konsumtif	86
Tabel 4.12 Kategorisasi Perilaku Konsumtif Setiap Fakultas.....	87
Tabel 4.13 Kategorisasi	89
Tabel 4.14 Kategorisi Mean dan Standar Deviasi Konformitas	89
Tabel 4.15 Kategorisasi Konformitas	89
Tabel 4.16 Kategorisasi Perilaku Konformitas Setiap Fakultas	90
Tabel 4.17 Kategorisasi Perilaku Kategorisasi	92
Tabel 4.18 Kategorisasi Mean dan Standar Deviasi Kontrol Diri	92
Tabel 4.19 Kategorisasi Kontrol Diri.....	92
Tabel 4.20 Kategorisasi Perilaku Kontrol Diri Setiap Fakultas	93
Tabel 4.21 Hasil Analisis Regresi Berganda	95
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis Model Regresi Secara Simultan	97
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel Konformitas	98
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel Kontrol Diri.....	99
Tabel 4.25 Hasil Analisis Regresi.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Uji Asumsi Heteroskedasitas	84
Gambar 4.2 Diagram Perilaku Konsumtif	87
Gambar 4.3 Grafik Perilaku Konsumtif	88
Gambar 4.4 Diagram Konformitas.....	90
Gambar 4.5 Grafik Konformitas	91
Gambar 4.6 Diagram Kontrol Diri	93
Gambar 4.7 Grafik Kontrol Diri.....	94
Gambar 4.8 Diagram Konformitas.....	101
Gambar 4.9 Grafik Konformitas	101
Gambar 4.10 Diagram Kontrol Diri	105
Gambar 4.11 Grafik Kontrol Diri.....	106
Gambar 4.12 Diagram Perilaku Konsumtif	110
Gambar 4.13 Grafik Perilaku Konsumtif	110

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Skala Konformitas
Lampiran 2	Skala Kontrol Diri
Lampiran 3	Skala Perilaku Konsumtif
Lampiran 4	Hasil Output SPSS Skala Konformita
Lampiran 5	Hasil OutPut Skala Kontrol Diri
Lampiran 6	Hasil Output Skala Perilaku Konsumtif
Lampiran 7	Hasil Uji Penelitian
Lampiran 8	Populasi dan Sampel
Lampiran 9	Excel

ABSTRAK

Maryam, Dawi. 11410099, Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013, *Skripsi*, Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Perilaku konsumtif adalah suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumtif tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Faktor yang bisa menjadi penyebab terjadinya perilaku konsumtif yaitu faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok anutan, faktor keluarga, faktor pengalaman belajar, faktor kepribadian, faktor sikap dan keyakinan. Mahasiswi menjadikan kelompok anutan sebagai usahanya untuk berkonformitas dengan kelompok tersebut. Konformitas adalah perilaku menyesuaikan diri dengan kelompok agar dapat diterima. Kondisi emosi remaja yang belum stabil membuat remaja menjadi konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Adanya keinginan untuk diterima dalam kelompok menyebabkan mahasiswi mudah terpengaruh oleh kelompok. Selain itu, adanya kontrol diri yang lemah dalam diri mahasiswi menyebabkan mahasiswi lebih mudah terpengaruh untuk lebih berperilaku konsumtif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *sampling probabilitas* yang diambil 10% dari setiap fakultas.

Skala konformitas terdiri dari 23 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,906. Skala kontrol diri terdiri dari 19 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,838. Skala perilaku konsumtif terdiri dari 27 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,913. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda (*Statistic Parametric Multiple Regression*), diperoleh $F_{hitung} 5,744$ dapat digunakan sebagai predictor untuk memprediksi atau mengukur perilaku konsumtif pada mahasiswi. Tingkat signifikansi P-value 0,004 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Analisis ini menunjukkan nilai R^2 (R Square) sebesar 0,065. Artinya bahwa prosentase pengaruh variabel independen (konformitas, kontrol diri) mampu menjelaskan 6,5% keragaman variabel perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 93,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif, Konformitas, Kontrol Diri

ABSTRACT

Maryam, Dawi. 11410099, The Influence of Comformity and Self Control Toward The Maliki State Islamic University Class of 2013 (Focus on female students) on Their Consumption Behavior. Thesis.Psichology Faculty. Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang.

Consumption is one of the phenomena that tend to consume or use something timeless, spaceless. The consumers (focus on female students) choose their own willingness rather than their necessity. Some factors which influence the consumption behavior are culture factor, stratification factor, imitation factor (Idol, as an actor or an actresses even community/group), family factor, experience factor, self factor, behavior factor, and their belief. Consumers tend to imitate the group/idol/community as their effort to do same thing like what the community/group's member do. In this situation, threasion is in order to be accepted by the community/ group. On the other word, "Do something to be accepted by others". In short, that is called by comformity.

The aim of this research is enhancing the knowledge about the influence of comformity and self control toward the Maliki State Islamic University class of 2013 (focus on female students) on their consumption behavior. The willingness to be same as the group/community and the weakness of self control are two points that very influence female students to be an over consumer.

This reseach uses quantitative method, whereas the sampling techniques uses probabilitaty sampling method that focus on Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang female students by taking 10 percents students per each faculty.

The result for this reseacrh are 23 valid items conformity scale with reability 0.0906. whereas the self control scale is 19 valid items with reability 0,838. Then, last but not least, there are 27 valid itemns of consumption behavior scale. The last is the data analysis. The data analysis for this research uses *Statistic Parametric Multiple Regression*. The result for the statistic comes from $F_{count} 5,744$ which is used as a predictor to the subject of the research. Then, the significance P-value 0,004 ($p < 0,05$) shows that there is an effect/ influence of conformity and self control to consumption behavior. In short, The R^2 (R Square) is 0,065. It means that the percentagevariabelindependent (conformity and self control) could illustrate 6,5% consumption behavior variable variety, and 93,5% factor that influence consumption behavior is could not be explained in this reseach.

Keywords: Consumption behavior, Conformity, Self Control

مستخلص البحث

مریم، داو. 11410099، التأثير تكيف النفس و مراقبة النفس على سلوك استهلاك طالبات الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج مرحلة الدخول سنة 2013، البحث الأخير، كلية العلوم النفسية جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج.

سلوك الاستهلاك نتجه معاملة الانسان بالا محدود، فالانسان يهتمون كثيرا بإرادتهم من إحتياجهم. الاسباب الذى يحصل الى سلوك الاستهلاك هي السبب الثقافي، والسبب الاجتماعي، والسبب الفرقي، والسبب النسبي، ونسب خبرة التعلم، والسبب الفردي والسلوكي والاعتقادي، وتجعل الطالبات الجامعية السبب الفرقي لتكيف نفسهن في الفرقة. تكيف النفس هو السلوك معاملة الانسان المطابق نفسه بين انسان اخر، فالحالة النفسية التي لم تثبت ومتحرك في مرحلة المراهقة سيحصل الى السلوك المستهلكة.

يهدف البحث لتعريف عن تأثير تكيف النفس ومراقبة النفس على السلوك سلوك استهلاك طالبات الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج مرحلة الدخول 2013 بوجود إرادتهم في تناول السماعة على الفرقة يسببهن على سهولة تأثرهما في الفرقة، وكذلك بوجود مراقبة النفسهن الضعيفة تجعلهن في السلوك المستهلكة.

يستخدم البحث بالمنهج الكمي، وفاعله في مدار البحث هي الطالبات صف 2013 الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج، والطريقة في أخذ النموذج بإستخدام أخذ العينات الاحتمالية من عشرة في المائة في كل الكليات.

يتكون مقياس تكيف النفس من 23 مادة في صلاح مع معامل التجديد 0,906. ويتكون مقياس مراقبة النفس من 19 مادة في صلاح مع معامل التجديد 0,838. ويتكون سلوك الاستهلاك من 27 مادة في صلاح مع معامل التجديد 0,913. يستخدم تحليل البيانات طريقة تحليل الانحدار الضعفي. يحصل 5,744 للتنبأ أو لمقياس سلوك الاستهلاك الذي حدث على الطالبات. مقدار الأهمية في كل البحث 0,004 () يدل إلى وجود التأثير الكبير بين تكيف النفس و مراقبة النفس على سلوك الاستهلاك. فهذا التحليل يحصل على نتيجة . 0,065. يعني أن نسبة المئوية بين تكيف النفس و مراقبة النفس تقدر على بيان 6,5% في تنوع التغيرات المستقلة في سلوك الاستهلاك، و بقيتها 93,5% تبيتها أسباب آخر التي لا تبحث في هذا البحث.

كلمات: سلوك المستهلك، المطابقة، ضبط النفس

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan modernisasi yang semakin berkembang dalam masyarakat saat ini, membuat gaya hidup masyarakat juga semakin berkembang dalam kesehariaanya. Hal ini terkadang menyebabkan seseorang menjadi kurang realistis dalam berfikir atau mengambil keputusan dalam mengkonsumsi suatu guna mengikuti gaya hidup tersebut. Semua orang ingin memenuhi semua kebutuhanya dengan berbagai cara. Akan tetapi jika seseorang tersebut tidak bisa mengatur pola dan gaya hidup dikhawatirkan seseorang akan terjebak dalam gaya hidup konsumtif.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan (Mowen, John, dan Minor, 2002:7). Perilaku konsumtif sudah menjadi salah satu bagian dari kehidupan masyarakat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari masyarakat, tidak hanya negara maju tetapi juga negara berkembang seperti Indonesia. Perilaku konsumtif tidak hanya terjadi pada orang dewasa saja, tetapi juga terjadi pada remaja (Cita, David, & Pali, 2015). Jatman mengatakan bahwa, remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan (Fauziyah, Widoo, & Fitriyani, 2013). Pernyataan ini diperkuat oleh Tambunan (2001) menjelaskan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah

satu pasar yang potensial. Alasannya, antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja (Panuju, 1999:154).

Remaja, yang dalam bahasa aslinya disebut *Adolescentia* berasal dari istilah Latin, *adolescentia*, yang berarti masa muda yang terjadi antara 17-30 tahun. Jadi, remaja (*adolescence*) adalah masa transisi atau peralihan dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa yang ditandai dengan adanya perubahan aspek fisik, psikis, dan psikososial. Secara kronologis yang tergolong remaja ini berkisar antara usia 12/13-21 tahun. Untuk menjadi orang dewasa, mengutip pendapat Erison, masa remaja akan melalui masa krisis dimana remaja berusaha untuk mencari identitas diri (*search for self-identity*) (Dariyo, 2004:13-14). Pada fase remaja, remaja lebih membutuhkan seseorang yang bisa mengerti dirinya karena pada fase ini remaja cenderung lebih sensitif. Jika dulu pada fase anak-anak mereka cenderung dekat dengan orang tua mereka, tetapi lain sebaliknya pada fase ini remaja cenderung lebih dekat dengan teman sebaya. Pada fase remaja teman sebaya sangat dominan berpengaruh dalam mendampingi perkembangan mereka menuju pada fase dewasa. Salah satu fungsi terpenting dari kelompok kawan sebaya adalah sebagai sumber informasi mengenai dunia diluar keluarga (Santrock, 2007:55).

Pada umumnya, manusia cenderung mengikuti aturan-aturan yang ada dalam lingkungannya. Bila diperhatikan lebih luas, kebanyakan manusia mengikuti aturan tersebut. Aturan-aturan yang mengatur tentang bagaimana sebaiknya kita bertingkah laku, disebut norma sosial (*social norms*). Manusia berusaha menyesuaikan diri agar dapat bertahan hidup. Cara termudah adalah melakukan tindakan yang sesuai dan diterima secara sosial. Melakukan tindakan yang sesuai dengan norma sosial dalam psikologi dikenal sebagai konformitas (Sarwono, & Meinarno, 2009:106).

Baron dan Byrne (2008), konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Sarwono, & Meinarno, 2009:106). Secara tidak langsung, konformitas menuntut perubahan sikap dan perilaku individu sesuai dengan standar ataupun harapan yang dibentuk kelompok agar individu (remaja) dapat diterima dan dipertahankan di dalam kelompok dan sebagai bentuk interaksi yang terjadi di dalam kelompok.

Berk (Sihotang, 2009) mengatakan, bahwa konformitas terhadap kelompok teman sebaya merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada fase remaja. Remaja yang awalnya hanya menginginkan agar mereka dapat menjadi bagian dari kelompok tersebut tanpa memikirkan, apakah kelompok teman tersebut dapat membawa hal yang positif atau tidak bagi dirinya, remaja seperti inilah yang biasanya salah dalam memilih pertemanan sehingga kebanyakan dari mereka sering kali hanya menghabiskan waktunya bersama

kelompok, dan kegiatannya sering kali hanya sekedar bersenang-senang menikmati kehidupan yang berhubungan dengan perilaku konsumtif.

Pada penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Fardhani, dan Izzati (2013) menemukan bahwa, perilaku konsumtif pada remaja paling besar karena pengaruh teman sebaya, selain itu terdapat faktor-faktor lain yang berhubungan dengan perilaku konsumtif pada remaja, seperti adanya faktor kepribadian, faktor sikap, dan konsep diri yang mempengaruhi remaja dalam berbelanja. Lebih lanjut dalam penelitian Fitriani, Widodo, dan Fauziah (2013) menemukan bahwa, munculnya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam penelitian tersebut disebabkan pada hakikatnya konformitas merupakan faktor eksternal yang berperan dalam menentukan munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswi kos. Interaksi intensif yang terjadi di kos membuat satu sama lain saling mempengaruhi, dan memungkinkan teman kos menjadi kelompok referensi bagi mahasiswi. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingginya perilaku konsumtif adalah kelompok referensi. Schiffman, dan Kanuk (2004), menjelaskan bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh kuat karena merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan nilai, informasi, dan menyediakan petunjuk dalam melakukan konsumsi.

Kuatnya pengaruh konformitas dalam mendampingi pertumbuhan seorang remaja, sehingga diperlukan pendampingan agar remaja bisa memilih teman yang bisa membawanya dalam pergaulan yang positif. Jadi, dalam hal ini diperlukan orang tua dan lingkungan terdekat dalam membantu tumbuh-

kembang remaja. Lebih lanjut menurut William (Anggreini, & Mariyanti, 2014), mahasiswa yang termasuk dalam kategori remaja akhir yang memiliki tugas perkembangan yaitu memperkuat *self-control* (kemampuan mengendalikan diri) atas dasar skala nilai, prinsip-prinsip atau falsafat hidup. Pada masa usia tersebut, remaja diantaranya mulai mencari identitas diri, sehingga seseorang yang berada dalam masa remaja akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif (Cita, David, & Pali, 2015). Keadaan tersebut, cenderung membuat kontrol diri lemah, sehingga apapun keputusan yang dilakukan termasuk keputusan untuk membeli di dominasi oleh orang disekitarnya. Seorang remaja tidak hanya memerlukan pendampingan, tetapi remaja juga perlu untuk belajar mengontrol dirinya, sehingga mereka bisa mengendalikan segala keputusan yang mereka ambil dalam menentukan keputusan dan tindakanya.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Anggreini, dan Mariyanti (2014), menemukan terdapat tiga tingkatan dalam kotrol diri remaja yaitu kontrol diri kuat, sedang, dan lemah. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang lemah adalah mahasiswi yang tidak bisa mengendalikan emosi pada diri mereka sendiri, tidak bisa mencegah atau menjauhi ketika dihadapkan dengan stimulus yang tidak diinginkan dan membuat keputusan berdasarkan emosi sesaat bukan berdasarka sesuatu yang diyakini. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri lemah akan membuat keputusan membeli barang-barang berdasarkan merek dan menarik perhatian tanpa adanya pertimbangan terlebih

dahulu manfaat atau kebutuhannya sebagai mahasiswa. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri kuat adalah mahasiswi yang dapat mengelola situasi, emosi, perilaku dan bertindak rasional. Dengan demikian mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang kuat meskipun dihadapkan dengan stimulus berupa barang-barang yang bermerek atau menarik, mahasiswa dengan kontrol diri yang kuat tidak akan membeli barang-barang tersebut, namun akan membeli barang sesuai kebutuhan mahasiswi. Sedangkan yang termasuk dalam kategori sedang adalah mahasiswi yang mendapatkan stimulus yang tidak menyenangkan atau tidak diinginkan namun dapat menghadapi masalah tersebut.

Kontrol diri didefinisikan sebagai kemampuan mengontrol diri untuk menyusun, membimbing, mengatur, mengarahkan bentuk perilaku yang membawa individu ke arah konsekuensi positif. Selanjutnya kemampuan mengontrol diri berkaitan dengan bagaimana seorang mengendalikan emosi serta dorong-dorongan dalam dirinya (Indrapasti, 2008:5). Kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan perkembangan usia. Salah satu tugas perkembangan yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok dari dirinya, kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa harus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam (hukuman) seperti yang dialami pada waktu anak-anak (Hurlock, 2004:29).

Fenomena perilaku konsumtif juga berdampak bagi mahasiswa. Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda remaja yang mulai memasuki

tahap dewasa awal. Menurut Willian J. Stanton (1981), faktor-faktor yang bisa menjadi penyebab perilaku konsumtif yaitu faktor budaya, kelas sosial, kelompok anutan, keluarga, kepribadian, sikap dan keyakinan (Mangkunegara, 2002:39). Mahasiswa menjadikan kelompok anutan sebagai usaha untuk berkonformitas, selain itu mahasiswa pada zaman sekarang mempunyai banyak biaya tambahan seperti, biaya untuk internet, mengcopy bahan kuliah atau buku-buku. Mahasiswa yang khususnya tinggal dikota besar juga membutuhkannya untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan sosial mereka seperti nongkrong di kafe dan pergi ke mall. Semua kegiatan yang membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif, juga bisa dijumpai di kehidupan mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

Perilaku konsumtif juga berpengaruh terhadap mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 termasuk dalam kategori remaja akhir, selain itu mereka yang sebelumnya diwajibkan untuk tinggal di Ma'had selama setahun membuat mereka masih berusaha beradaptasi dengan segala kegiatan-kegiatan yang berada di kampus dan di Ma'had, sehingga mereka tidak mempunyai banyak kesempatan untuk bersenang-senang. Setelah mahasiswi keluar dari Ma'had kebanyakan dari mereka tinggal di kos sehingga mereka mempunyai banyak waktu bebas dibandingkan saat mereka tinggal di Ma'had yang kebanyakan menghabiskan waktunya untuk kegiatan-kegiatan Ma'had selain perkuliahan. Mahasiswi mempunyai banyak waktu melakukan hal-hal yang mereka inginkan seperti jalan bareng dengan teman-teman, berbelanja, serta melakukan kegiatan-

kegiatan yang sebelumnya belum bisa mereka lakukan saat ketika tinggal di Ma'had karena dibatasi oleh waktu dan kegiatan-kegiatan Ma'had.

Mahasiswi yang baru keluar dari Ma'had selain mempunyai banyak waktu bebas, mereka juga dihadapkan dengan lingkungan baru sehingga mereka harus belajar menyesuaikan diri dengan lingkungan barunya, saat tinggal di Ma'had kebanyakan dari mahasiswi hanya menghabiskan waktunya dengan teman sekamar, berbeda saat mahasiswi mulai tinggal di kos kebanyakan mereka menghabiskan waktunya dengan teman-teman bangku kuliah ataupun teman kos, dan banyak dari mereka membentuk kelompok-kelompok pertemanan. Dalam kelompok pertemanan biasanya terdapat peraturan atau norma-norma dalam kelompok, sehingga ketika seorang individu ingin masuk atau dipertahankan dalam kelompok, seorang individu harus mengikuti aturan atau norma-norma yang berada dalam kelompok tersebut.

Mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 masih dalam tahap penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial kampus, sehingga mereka rentan terhadap konformitas. Konformitas sendiri sebagai salah satu faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif, dimana mahasiswi sering kali menjadikan kelompok mereka sebagai kelompok referensi untuk mengkonsumsi suatu barang. Mahasiswi yang mencoba menyesuaikan diri dengan lingkungan barunya rela melakukan berbagai macam cara agar mereka bisa diterima didalam kelompok, dan terkadang mereka rela mengubah sikap dan perilakunya agar sesuai dengan harapan kelompok. Kaitanya perilaku konsumtif dengan Mahasiswi UIN Maliki Malang yaitu dimana mereka

mempelajari ilmu umum, mereka juga mempelajari ilmu agama yang seharusnya bisa menjadi modal besar bagi mahasiswi dalam memahami keseluruhan aspek keilmuan islam, sehingga bisa menjadi pedoman dan mengarahkan kedalam pergaulan yang *positive* dan bermanfaat bagi mahasiswa, serta bisa mengendalikan dirinya dalam mengambil keputusan dan tindakan.

Semakin maraknya kafe dan mall yang disuguhkan dikota malang dan didesaian dengan tampilan yang semakin menarik dengan berbagai citra semu, alunan musik yang membuai, pendingin ruangan yang menyejukan, dan sebagainya yang bertujuan untuk menarik para konsumen. Karena kodrat manusia memang tidak pernah puas dengan segala sesuatu yang telah dimilikinya, maka sangat mudah membuat mereka menjadi konsumtif dengan berbagai pilihan dan kemudahan yang ditawarkan, baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari maupun mencari sesuatu yang baru di mal maka lambat laut perilaku konsumtif ini menjadi pola hidup. Disamping itu, pola hidup konsumtif ini juga dipengaruhi oleh tuntutan dari gaya hidup baru yang mementingkan penampilan fisik sebagai saripati dan nilai utamanya. Gaya hidup remaja yang selalu *up to date* terhadap *fashion* dilingkungan sekitarnya, telah membuat mereka menjadi konsumtif.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswi yang masih dapat dikategorikan sebagai remaja yang sedang mengalami masa transisi menuju masa dewasa karena remaja putri dalam membelanjakan uangnya kurang efesien, bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan semata, namun banyak alasan-alasan yang

lain seperti untuk mengikuti *fashion* terbaru, meniru orang lain, dan agar dapat pengakuan dan diterima oleh lingkungan sosialnya. Nuzulia, & Sari (2014) menyatakan, pada masa remaja kematangan emosi individu belum stabil yang mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Minat pribadi timbul karena remaja menyadari bahwa penerimaan sosial terutama *peer groupnya* sangat dipengaruhi oleh keseluruhan yang dinampakkan remaja.

Hasil dari observasi peneliti yang dilakukan pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 pada tanggal 06 s/d 08 Mei 2015, Gaya hidup mahasiswi UIN Malang saat ini adalah gaya hidup konsumtif menengah keatas yang dicirikan dengan kemampuan mengonsumsi produk yang serba modern, dimana mahasiswa sering kali sibuk berpacaran dengan gaya hidup yang menunjukkan tampilan fisik, fenomena hura-hura *oriented* kerap kali ditemui di kampus. Mahasiswi yang akrab dengan perilaku konsumtif cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi, karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi lebih mengarah tuntutan pemenuhan keinginan. Gaya hidup konsumtif harus didukung oleh *financial* yang tentunya tidak sedikit. Hal ini bisa menjadi masalah ketika tuntutan mahasiswa sudah berada diluar kemampuan orang tua mahasiswa yang menjadi sumber dana mereka selama ini. Masalah yang lebih besar bisa terjadi ketika seorang remaja berusaha untuk memenuhi *financial* mereka dengan segala macam cara yang bersifat *negative*. Survei yang dilakukan oleh Deteksi Jawa Pos menemukan bahwa 20,9% dari 1.074 responden yang berstatus sebagai pelajar

yang berdomisili di Jakarta dan Surabaya mengaku pernah menggunakan uang spp-nya untuk membeli barang yang diinginkanya ataupun hanya untuk bersenang-senang (Sihotang, 2009).

Perilaku konsumtif dapat dikatan sebagai perilaku yang menyimpang. Seorang mahasiswa yang sudah terbiasa melakukan kegiatan konsumtif, ketika mahasiswa berbelanja kebanyakan menggunakan uang kuliah, membohongi orang tua untuk berbelanja. Sering kali mahasiswa meninggalkan kewajibanya sebagai seorang mahasiswa hanya sekedar untuk bersenang-senang dan menghabiskan uang untuk berbelanja. Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan mahasiswi Universitas Islam Negeri Malang angkatan 2013 yang berinisial T dan S yang berusia 20 dan 21 tahun:

“saya se lumayan sering kalau belanja mbak tiap bulan biasanya apalagi kalau awal bulan, tapi kalau udah diajak temen-temen belanja dan pas lagi tanggal tuaYaaa kalau saya lagi ngak ada uang biasanya saya gunain uang kuliah mbak... buat beli baju, tas, sepatu, atau aksesoris, tp kalau ngak gitu biasanya pinjem uang ke temen atau bohong ke orangtua, bilangnya buat praktikum kalau ngak gitu buat beli buku kuliah jadi nanti sama ortua kan dikasih uang tambahan lagi selain uang bulanan, soalnya kalau ngak gitu saya ngak bisa ikut keluar bareng-bareng temen-temen apalagi kalau lagi keluar bareng temen-temen pasti beli sesuatu, dan kalau udah keluar ke mall pasti ngak ngak bisa nahan kalau ngak beli sesuatu mbak” (wawancara personal 6 Mei 2015).

“ saya kan suka fashion mbak jadi saya harus *up to date* tentang apa aja yang lagi *nge-trend* saat ini, apalagi temen-temen saya juga sama, jadi biasanya kalau kita sudah abis belanja bareng-bareng, yaaa biasanya kita duduk-duduk di *food cord* dulu, kalau ngak gitu karaokean mbak, habis itu kalau udah capek pulang mbak, tp kan kayak gitu udah biasa mbak buat hiburan dan jaga persahabatan biar tetep kompak ” (wawancara personal 7 Mei 2015).

Hasil dari wawancara yang dilakukan kepada beberapa mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 tersebut, terlihat bahwa seorang mahasiswi rela melakukan hal-hal *negative* agar mendapatkan uang untuk bisa berbelanja dan

agar tetap bisa *up to date* mengikuti *fashion* seperti berbohong kepada orang tua, menggunakan uang kuliah, bolos kuliah, meminjam uang teman untuk membeli baju, tas, sepatu, atau aksesoris yang diinginkannya. Artinya mahasiswi T dan S diatas membeli barang karena ingin mengikuti mode, ingin mendapatkan pengakuan sosial, mencari hiburan, dan menjaga hubungan pertemanan.

Perilaku konsumen setiap mahasiswi berbeda-beda, ada mahasiswi yang membelanjakan uangnya untuk kebutuhan yang dibutukanya saja. Seperti salah satu hasil wawancara yang dilakukan oleh mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 yang berinisial A berusia 21 tahun:

“Saya jarang mbak beli barang-barang kayak baju, kerudung, sepatu, atau tas. seringnya saya keluar bareng-bareng temen buat makan, karaokean, kalau nggak gitu yaa ngopi sambil cari *wifi* di warung kopi. Kan, kalau bareng-bareng lebih irit mbak hehehe, kalau belanja-belaja barang seh jarang mbak. Soalnya saya bukan tipekal cewek yang *fashionable* yang sering belanja dan ikut-ikutan *trend* sekarang, soalnya saya tu orangnya ngelakuain apa yang menurut saya cocok buat saya, masak kalau nggak cocok ya saya paksain mbak...,kan jadinya ntar aneh. Tapi yaaa kalau lagi kepingin and butuh baru saya belanja, tapi kalau nggak terlalu dibutuhkan ya nggak mbak” (wawancara personal 8 Mei 2015).

Hasil dari wawancara tersebut, terlihat bahwa mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 tersebut membeli berdasarkan kebutuhannya. Mahasiswi tersebut jarang membeli barang-barang yang kurang dibutuhkan, dan dapat membedakan mana kebutuhan yang dibutuhkan dan kurang dibutuhkan bagi dirinya dan mampu mengontrol dirinya untuk tidak mengikuti gaya hidup dilingkunganya yang tidak sesuai dengan dirinya.

Fenomena perilaku konsumtif juga terjadi pada mahasiswi UIN Maliki Malang Angkatan 2013 sebagaimana dari hasil observasi dan wawancara pada tanggal 06 s/d 08 2015 menunjukkan bahwa mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 sering kali melakukan pola gaya hidup yang menjurus ke-arrah gaya hidup perilaku konsumtif seperti mengkonsumsi produk serba *modern*, dan selain itu mahasiswi seringkali melakukan kenakalan remaja yang berupa memakai uang kuliah, membohongi orang tua, membolos kuliah untuk dapat membeli suatu barang yang diinginkanya agar bisa berpenampilan modis dengan *fashion* yang digunakan selalu mengikui *mode (up to date)*, dan sering kali mereka menghabiskan waktunya untuk bersenang-senang seperti nongkrong dikafe, jalan-jalan di mall, menonton film, serta karaokean bersama teman-teman. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 tersebut memang sudah menjadi salah satu hiburan mahasiswi saat ini, mereka juga mengatakan kegiatan-kegiatan tersebut menjadi salah satu cara untuk menjaga hubungan baik dengan teman-teman mereka. Tetapi juga terdapat mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang baik dimana, mahasiswi tersebut membelanjakan uangnya hanya berdasarkan kebutuhan yang diperlukanya saja.

Dari hasil penelitian terdahulu, observasi, dan wawancara diatas, maka peneliti tertarik memilih judul ini dengan alasan peneliti adalah ingin mengetahui pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat konformitas teman sebaya pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013?
2. Bagaimana tingkat kontrol diri pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013?
3. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013?
4. Adakah pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013?
5. Adakah pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013?
6. Adakah pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013?

C. Tujuan Penelitian

1. mengetahui tingkat konformitas pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.
2. Mengetahui tingkat kontrol diri pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.
3. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.
4. Mengetahui adakah pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

5. Mengetahui adakah pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif UIN Maliki Malang angkatan 2013.
6. Mengetahui adakah pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi angkatan 2013.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi bermanfaat mengenai konformitas, kontrol diri, dan perilaku konsumtif dalam perkembangan ilmu psikologi khususnya psikologi sosial, psikologi kepribadian, dan psikologi industri.

2. Manfaat Praktis

Dari hasil penelitian ini diharapkan:

- a. Bagi lembaga, dapat memberikan masukan *informative* tentang konformitas dan kontrol diri pada remaja berkaitan dengan perilaku konsumtif.
- b. Bagi peneliti lanjutan, dapat digunakan sebagai tambahan referensi dan bahan untuk penelitian selanjutnya.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Tambunan (2001) menjelaskan, kata “konsumtif” (sebagai kata sifat; lihat akhiran -if) sering diartikan sama dengan kata “konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Memang belum ada definisi yang memuaskan tentang kata konsumtif ini. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok (Panuju, 1999).

Triyaningsih (2011) menjelaskan, perilaku konsumtif dapat diartikan sebuah perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi suatu tanpa batas dimana individu lebih mementingkan faktor keinginan dari pada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik (Shohibulana, 2014).

James F. Engel mengemukakan bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha mendapatkan, mengkonsumsi, dan menghabiskan barang-barang dan jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut (Engel, Blackwell, & Miniard, 1994:3).

David L. Loundon dan Albert J. Della Bitta (1984:6) mengemukakan, bahwa perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat memergunakan barang-barang dan jasa (Mangkunegara, 2002:3).

Perilaku konsumtif dicerminkan dalam perilaku konsumen. Perilaku konsumtif adalah aksi yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pemakaian, dan pengaturan produk dan jasa, termasuk proses pemutusan yang mendahului dan mengikuti aksi ini (Enggel, 1994).

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide (Mowen, & Minor, 2002:6).

Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui seseorang dalam mencari membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak paska konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Dari pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tingkah laku seseorang untuk memenuhi

kebutuhan karena adanya keinginan yang harus dipenuhi guna dipuaskan dengan cara membeli barang dan jasa. Sedangkan perilaku konsumtif sendiri didefinisikan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan (Mowen, & Minor, 2002:7).

Sachati (2004) menyatakan, bahwa sifat konsumtif adalah kecenderungan hidup dengan keinginan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan (Kuswardani, & Sholihan, 2011). Manusia menjadi lebih mementikan faktor keinginan (*want*), dan cenderung dikuasai hasrat duniawi dan kesenangan materi semata. Lebih lanjut, Zebua dan Nurdjayadi (2001) menyatakan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu konsep diri mereka sebagai remaja dan tingkat konformitas terhadap kelompok teman sebaya (Kuswardani, & Sholihan, P, 2011:3).

Rahmat, dan Reza (2013) menyatakan, perilaku konsumtif biasanya terjadi pada remaja, hal ini terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja. Seperti yang diketahui bahwa masa remaja merupakan tahapan peralihan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa yang ditandai dengan berbagai perubahan dalam aspek fisik, sosial dan psikologis. Perubahan tersebut bermuara pada upaya menemukan identitas diri. Upaya untuk menemukan identitas diri berkaitan dengan bagaimana remaja menemukan siapakah diri mereka sebenarnya, apa yang mereka ingin lakukan dalam hidup serta arah dalam menjalani hidup.

Tambunan (2001) menjelaskan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Kebutuhan akan mengerti diri dan memahami diri sendiri bagi remaja sangat erat kaitannya dengan kemantapan rasa harga diri. Mengerti diri sendiri merupakan suatu keadaan, dimana seseorang mengetahui sikap-sikapnya, sifat-sifatnya, kemampuan-kemampuannya, dan sebagainya (Panuju, 1999:154).

Lubis berpendapat bahwa, pembelian karena mengikuti dorongan-dorongan keinginan untuk memiliki dan bukan didasarkan pada kebutuhan itulah yang disebut sebagai perilaku konsumtif. Dahlan menambahkan, bahwa perilaku konsumtif dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar-besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata (Fardhani, & Izzati, 2013).

2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Lina, dan Rosyid (1997) menyatakan terdapat beberapa aspek-aspek perilaku konsumtif (Fardhani, & Izzati, 2013) yaitu;

a. Pembelian Implusif (*impulsive buying*)

Impulsive, merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa

melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan ditempat pembelian. Tanpa memanfaatkan informasi yang ada seperti pertimbangan implikasi dan tindakan yang dibuat sebelum memutuskan untuk membeli.

b. Pembelian berlebihan (*wasteful buying*)

Menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Pembelian tidak rasional (*non rasional buying*)

Perilaku membeli yang tidak rasional. Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaanya terlebih dahulu. Pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.

Ciri-ciri orang yang berperilaku konsumtif adalah seseorang membeli suatu karena penawaran hadiah, membeli karena kemasannya menarik, membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli karena program potongan harga, membeli karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli karena untuk meningkatkan rasa percaya diri, membeli lebih dari dua barang yang sama dengan merek berbeda.

Berdasarkan penjelasan diatas, aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu pembelian implusif, pembelian berlebihan, dan pembelian tidak rasional.

3. Faktor-faktor Perilaku Konsumtif

William J. Stanton (1981: 105) menyatakan, terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu kekuatan, sosial budaya, dan kekuatan psikologis (Mangkunegara, 2002:39-48).

a. Kekuatan Sosial Budaya

1) Faktor budaya

Budaya dapat didefinisikan sebagai hasil kreativitas manusia dari satu generasi ke generasi berikutnya yang sangat menentukan bentuk perilaku dalam kehidupannya sebagai anggota masyarakat. Kebudayaan merupakan suatu hal yang kompleks yang meliputi ilmu pengetahuan, kepercayaan, seni, moral, adat, kebiasaan, dan norma-norma yang berlaku pada masyarakat. Lebih lanjut kebudayaan, merupakan hasil dari aktifitas kehidupan manusia, berpengaruh terhadap sistem nilai dan norma yang diberlakukan dalam hidupnya. Dengan demikian sikap dan perilaku termasuk konsumsinya akan dipengaruhi juga oleh sistem nilai, serta norma yang dianutnya (Kotler, & Armstrong, 2001).

2) Faktor Kelas Sosial

Kelas sosial didefinisikan sebagai suatu kelompok yang terdiri dari sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat.

3) Faktor Kelompok Anutan (*small reference group*)

Kelompok anutan didefinisikan sebagai suatu kelompok yang mempengaruhi sikap, pendapat, norma, dan perilaku konsumen. lebih lanjut William J. Stanton (1981:110) mengemukakan, bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh kelompok anutan yang mereka menjadi anggotanya atau yang mereka cita-citakan. Pengaruh kelompok anutan terhadap perilaku konsumen antara lain dalam menentukan produk dan merek yang mereka gunakan yang sesuai dengan aspirasi kelompok.

Adanya pengaruh kelompok sebaya (*peer group*) dan kelompok acuan (*reference group*). Individu yang banyak berinteraksi pada orang-orang yang memiliki gaya hidup konsumtif, maka individu tersebut cenderung memiliki perilaku konsumtif pula (Kotler, & Amstrong, 2001).

4) Faktor Keluarga

Keluarga dapat didefinisikan sebagai suatu unit masyarakat yang terkecil yang perilakunya sangat mempengaruhi dan menentukan dalam pengambilan keputusan membeli. Lebih lanjut keluarga merupakan, lingkungan utama dan pertama bagi anak, dengan demikian unit yang berpengaruh terhadap proses pengambilan keputusan, termasuk yang berkaitan dengan sikap dan perilaku konsumsi. Kebiasaan dalam keluarga dalam menggunakan suatu barang dan jasa akan menjadi model bagi

anak. Dengan demikian keluarga memiliki peran penting dalam pembentukan pola konsumsi (Kotler, & Amstrong, 2001).

b. Kekuatan Faktor Psikologis

1) Faktor pengalaman belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku akibat pengalaman sebelumnya. Perilaku konsumen dapat dipelajari karena sangat dipengaruhi oleh pengalaman belajarnya. Pengalaman belajar konsumen akan menentukan tindakan dan pengambilan keputusan membeli.

2) Faktor Kepribadian

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai suatu bentuk dari sifat-sifat yang ada pada diri individu yang sangat menentukan perilakunya. Kepribadian konsumen sangat ditentukan oleh faktor internal dirinya (motif, IQ, emosi, cara berfikir, persepsi) dan faktor eksternal dirinya (lingkungan fisik, keluarga, masyarakat, sekolah, lingkungan alami). Kepribadian konsumen akan mempengaruhi persepsi dan pengambilan keputusan dalam membeli. Secara psikologis, kepribadian dewasa diartikan sebagai perilaku yang terkontrol yang sesuai dengan tuntutan lingkungan sehingga reaksinya tidak merugikan konsumen maupun dirinya sendiri.

Kepribadian adalah respon konsisten terhadap rangsangan perilaku. Penelitian kepribadian selalu penting di dalam psikologis klinis, tetapi sebuah konsep yang menarik

diperkenalkan oleh Pierre Martineau pada tahun 1950-an ketika ia mengajukan hipotesis bahwa produk juga mempunyai kepribadian dalam bentuk citra merek. Sesuatu deduksi pada titik itu adalah bahwa strategi pemasaran harus berfokus pada pencocokan kepribadian konsumen dengan kepribadian produk (Engel, Blackwell, & Miniard, 1994:55).

3) Faktor Sikap dan Keyakinan

Sikap dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian kognitif seseorang terhadap suka atau tidak suka, perasaan emosional yang tindakanya cenderung ke-arrah berbagai objek atau ide. Sikap dapat pula diartikan sebagai kesiapan seseorang untuk melakukan suatu tindakan atau aktivitas. Sikap sangat mempengaruhi keyakinan, begitu pula sebaliknya, keyakinan menentukan sikap. Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, sikap dan keyakinan sangat berpengaruh dalam menentukan suatu produk, merek, dan pelayanan.

4) Konsep Diri atau *Self-Concept*

Konsep diri dapat didefinisikan sebagai cara kita melihat diri sendiri dan dalam waktu tertentu sebagai gambaran tentang apa yang kita pikirkan. Para ahli psikologi membedakan konsep diri yang nyata dan konsep diri yang ideal. Konsep diri yang nyata ialah bagaimana kita melihat diri dengan sebenarnya. Sedangkan konsep diri ideal adalah bagaimana diri kita yang kita inginkan. Dalam hubungannya dengan perilaku konsumen, kita peduli

menciptakan situasi yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, begitu pula menyediakan dan melayani konsumen dengan produk dan merek yang sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen.

B. Konformitas

1. Pengertian Konformitas

Manusia cenderung mengikuti aturan-aturan yang ada dalam lingkungannya. Bila diperhatikan lebih luas, kebanyakan manusia mengikuti aturan tersebut. Aturan-aturan yang mengatur tentang bagaimana sebaiknya kita bertingkah laku, disebut norma sosial (*social norms*). Manusia mencoba menyesuaikan diri dengan lingkungan agar dapat bertahan hidup. Cara yang termudah adalah melakukan tindakan yang sesuai dengan norma, dalam psikologi sosial dikenal sebagai konformitas. Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Sarwono, & Meinarno, 2009: 105-106).

Cialdini, dan Goldstein (2004) menyatakan, *Conformity* (konformitas) adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain. Kebanyakan remaja dianggap bebas memilih sendiri baju dan gaya rambutnya. Akan tetapi, orang sering lebih suka mengenakan baju seperti orang lain dalam kelompok sosial mereka, dan karenanya mengikuti tren busana terbaru (Sears, Peplau, & Taylor, 2009:253).

David O'Sears menyatakan, bila seseorang melakukan perilaku tertentu secara sukarela karena disebabkan orang lain juga melakukannya, disebut dengan konformitas (Sears, Peplau, & Taylor, 2009:253). Konformitas tidak hanya sekedar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh bagaimana mereka bertindak. Konformitas adalah bertindak atau berpikir secara berbeda dari tindakan dan pikiran yang biasa kita lakukan oleh kita sendiri. Oleh karena itu, konformitas (*conformity*) adalah perubahan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain (Myers, 2012:252).

Remaja yang dalam bahasa aslinya *adolescence*, berasal dari bahasa latin *adolescere* yang berarti tumbuh atau tumbuh untuk mencapai kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Awal masa remaja menurut Thornburg (1982), terbagi menjadi 3 tahap, yaitu usia 13 sampai 14 tahun remaja awal, usia 15 sampai 17 remaja tengah, dan usia 18-21 tahun remaja akhir (Dariyo, 2004:14).

Maukar (2013), usia remaja rentan terhadap perilaku konformitas. Konformitas (*conformity*) terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena merasa didesak oleh orang lain (baik desakan nyata atau hanya bayangan saja). Desakan untuk *conform* pada kawan-kawan sebaya cenderung sangat kuat selama masa remaja (Santrock, 2007:60). Kawan-kawan sebaya (*peers*) adalah anak-anak atau remaja yang memiliki usia atau tingkatan kematangan yang kurang lebih sama. Interaksi diantaranya kawan-kawan sebaya yang berusia sama memiliki

peran yang unik, dalam budaya A.S. Pertemanan berdasarkan tingkat usia dengan sendirinya akan terjadi meskipun sekolah tidak menerapkan sistem usia. Remaja dibiarkan untuk menentukan sendiri komposisi masyarakat mereka (Santrock, 2007:55).

Baron, Byrne, dan Branscombe (2008), konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial. Norma sosial, dapat berupa *injunctive norms*, yaitu hal apa yang seharusnya kita lakukan atau *descriptive norms*, apa yang kebanyakan orang lakukan. Tekanan yang ada dalam norma sosial sesungguhnya memiliki pengaruh yang besar. Tekanan-tekanan untuk melakukan konformasi sangat kuat, sehingga usaha untuk menghindari situasi yang menekan dapat menenggelamkan nilai-nilai personalnya (Sarwono, & Meinarno, 2002:106-107).

2. Macam-macam Konformitas

Nail (2000) dalam Myers (2012), beberapa macam konformitas yaitu;

a. Pemenuhan

Konformitas yang termasuk pada beraksi dalam persetujuan dengan permintaan tersirat maupun tersurat sementara pribadi tidak setuju. Seperti halnya, terkadang kita menyetujui suatu harapan atau permintaan tanpa benar-benar menyakini apa yang kita lakukan. Kita mengenakan dasi kupu-kupu atau gaun meskipun kita tidak menyetujuinya. Ketidak tulusan di luar konformitas ini adalah pemenuhan (*compliance*).

b. Kepatuhan

Bertindak sesuai dengan perintah atau petunjuk langsung. Kita mematuhi terutama untuk mendapatkan penghargaan atau menghindari hukuman. Jika pemenuhan kita adalah pada perintah yang tegas, kita menamakanya kepatuhan (*obedience*).

c. Penerimaan

Konformitas yang melibatkan baik bertindak dan meyakini agar sesuai dengan tekanan sosial. Terkadang, kita benar-benar meyakini pada apa yang telah dibujuk oleh kelompok untuk kita lakukan. Kita mungkin bergabung dengan jutaan orang lain untuk berolahraga karena kita telah diberikan informasi bahwa berolahraga dapat memberikan kesehatan dan kita menerimanya sebagai kebenaran. Pernyataan yang sungguh-sungguh ini, termasuk ke dalam konformitas disebut dengan penerimaan (*acceptance*).

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa macam-macam konformitas yaitu pemenuhan, kepatuhan, dan penerimaan.

3. Aspek-aspek Konformitas

Konformitas sebuah kelompok dapat mudah terlihat dengan adanya ciri-ciri yang khas. David O'Sears menggunakan secara eksplisit bahwa konformitas remaja ditandai dengan adanya tiga hal sebagai berikut (Sears, David, & Peplau, 1985; 81-86).

a. Kekompakan

Kekuatan yang dimiliki kelompok acuan menyebabkan remaja tertarik dan ingin tetap menjadi anggota kelompok. Eratnya hubungan remaja

dengan kelompok acuan disebabkan perasaan suka antara anggota kelompok serta harapan memperoleh manfaat dari keanggotaannya. Semakin besar rasa suka anggota yang satu terhadap anggota yang lain, dan semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan kelompok serta semakin besar kesetiaan mereka, maka akan semakin kompak kelompok tersebut.

1) Penyesuaian Diri

Kekompakan yang tinggi menimbulkan tingkat konformitas yang semakin tinggi. Alasan utamanya adalah bahwa bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok lain, akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui kita, dan semakin menyakitkan bila mereka mencela kita, kemungkinan untuk menyesuaikan diri akan semakin besar bila kita mempunyai keinginan yang kuat untuk menjadi anggota sebuah kelompok tertentu.

2) Perhatian Terhadap Kelompok

Peningkatan konformitas terjadi karena anggota enggan disebut sebagai orang yang menyimpang. Seperti yang telah kita ketahui, penyimpangan menimbulkan resiko ditolak. Orang yang terlalu sering menyimpang pada saat-saat yang penting diperlukan, tidak menyenangkan, dan bahkan bisa dikeluarkan dari kelompok. Semakin tinggi perhatian seseorang dalam kelompok semakin serius tingkat rasa takutnya terhadap penolakan, dan semakin kecil kemungkinan untuk tidak meyetujui kelompok.

b. Kesepakatan

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

1) Kepercayaan

Penurunan melakukan konformitas yang dramatis karena hancurnya kesepakatan disebabkan oleh factor kepercayaan. Tingkat kepercayaan terhadap mayoritas akan menurun bila terjadi perbedaan pendapat, meskipun orang yang berbeda pendapat itu sebenarnya kurang ahli bila dibandingkan anggota lainnya membentuk mayoritas. Bila seseorang tidak mempunyai kepercayaan terhadap pendapat kelompok, maka hal ini dapat mengurangi ketergantungan individu terhadap kelompok sebagai sebuah kesepakatan.

2) Persamaan Pendapat

Bila dalam suatu kelompok terdapat satu orang saja tidak sependapat dengan anggota kelompok yang lain maka konformitas akan turun. Kehadiran orang yang tidak sependapat tersebut menunjukkan terjadinya perbedaan yang dapat berakibat pada berkurangnya kesepakatan kelompok. Jadi dengan persamaan pendapat antar anggota kelompok maka konformitas akan semakin tinggi.

3) Penyimpangan terhadap Pendapat Kelompok

Bila orang mempunyai pendapat yang berbeda dengan orang lain dia akan dikucilkan dan dipandang sebagai orang yang menyimpang, baik dalam pandangannya sendiri maupun dalam pandangan orang lain. Bila orang lain juga mempunyai pendapat yang berbeda, dia tidak akan dianggap menyimpang dan tidak akan dikucilkan. Jadi kesimpulanya, bahwa orang yang menyimpang akan menyebabkan penurunan kesepakatan merupakan aspek penting dalam melakukan konformitas.

c. Ketaatan

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

1) Tekanan karena Ancaman, Ganjaran, atau Hukuman

Salah satu cara untuk menimbulkan ketaatan adalah dengan meningkatkan tekanan terhadap individu untuk menampilkan perilaku yang diinginkan melalui ganjaran, ancaman, atau hukuman karena akan menimbulkan bencana yang semakin besar.

2) Harapan Orang Lain

Seseorang akan rela memenuhi permintaan orang lain hanya kerana orang lain tersebut mengharapkanya. Dan ini akan mudah dilihat bila permintaan diajukan secara langsung, misalnya, bila kita menyatakan kepada teman kita bahwa

mereka harus menyumbang sejumlah uang, dan memberikan peringatan kepada teman kita apabila dia tidak menyumbangkan sejumlah uang maka kita akan memberikan uang yang lebih banyak. Harapan-harapan orang lain dapat menimbulkan ketaatan, bahkan meskipun harapan itu bersifat *implicit*. Salah satu cara untuk memaksimalkan ketaatan adalah dengan menempatkan individu dalam situasi yang terkendali, dimana segala sesuatunya diatur sedemikian rupa sehingga ketidaktaatan merupakan hal yang hampir tidak mungkin timbul.

Menurut Baron, Bryne, dan Branscobe (2008), menyatakan bahwa dibandingkanyang tidak melakukan konformitas, tentu lebih banyak individu yang melakukan konformitas terhadap norma sosial. Dasar-dasar yang menyebabkannya adalah (Sarwono, & Meinarno, 2002:109):

a. Pengaruh Sosial Normative (*normative social influence*)

Keinginan agar disukai. Pengaruh sosial yang didasarkan pada motif atau keinginan untuk disukai atau diterima orang lain dan agar terhindar dari penolakan. Seperti halnya, saat kita sering ingin agar orang lain menerima diri kita, menyukai kita, dan memperlakukan kita dengan baik. Secara bersamaan kita ingin menghindari penolakan, pelecehan, atau ejekan. Pengaruh *normative* terjadi ketika kita mengubah perilaku kita untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok atau standar kelompok agar kita diterima secara sosial. Misalnya, saat kita bersama dengan

teman yang sangat menyadari pentingnya kesehatan, kita mungkin akan memperlihatkan kepadanya bahwa kita sangat suka pada buah dan ikan segar dan tak merokok, meskipun kita sesungguhnya tidak begitu suka pada makanan itu, dan ketika kita sendirian mungkin kita akan memilih makanan kesukaan kita sendiri. Dalam situasi ini, konformitas menimbulkan perubahan lahiriah di dalam perilaku publik, tetapi tidak selalu mengubah opini pribadi kita (Sears, Peplau, & Taylor, 2009:259).

Pengaruh *normative* sering mengombang-abingkan kita tanpa kita sadari. Ketika suatu tim penelitian yang dipimpin oleh Jessica Nolan (2008) menanyai 810 warga California mengenai apa yang memengaruhi penghematan uang sebagai pengaruh yang lebih besar dibandingkan orang lain yang melakukan hal ini dengan demikian, mereka memiliki kepercayaan mengenai seberapa sering tetangga mereka berusaha untuk melakukan penghematan yang terbaik untuk memprediksikan konservasi yang mereka laporkan sendiri. Dalam suatu penelitian selanjutnya, terdapat person *normative* yang ditempelkan di pintu, seperti 99% orang di lingkungan anda melaporkan telah mematikan listrik yang tidak digunakan untuk menghemat energi, hal ini menghasilkan penurunan tinggi dalam konsumsi listrik. Jadi perhatian terhadap citra sosial menghasilkan pengaruh *normative* (Myers, 2012:287).

b. Pengaruh Sosial Informasional (*normative social influence*)

Keinginan untuk bertindak benar. Pengaruh sosial yang didasarkan pada motif atau keinginan akan kepastian mengenai kebenaran akan perilaku yang hendak ditampilkan. Salah satu alasan konformitas adalah perilaku orang lain sering memberikan informasi yang bermanfaat. Ini disebut *informational influence* (pengaruh informasi).

Di sisi lain, pengaruh *informational* mendorong seseorang untuk diam-diam menerima pengaruh orang lain. Dalam eksperimen yang dilakukan Asch, suatu tim ilmu syaraf menempatkan partisipan ke dalam suatu pemindai otak FMRI ketika mereka diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan perceptual setelah mendengar respon dari orang lain. Ketika para partisipan tersebut menyamakan diri dengan suatu jawaban yang salah, bagian otak yang terkait dengan persepsi menjadi aktif. Ketika mereka melawan kelompok, bagian otak yang terkait dengan emosi menjadi aktif. Hasil ini menunjukkan bahwa ketika seseorang berusaha menyamakan atau menyeragamkan diri, persepsi mereka akan menjadi terpengaruh. Jadi, perhatian terhadap citra sosial menghasilkan pengaruh *normative*. Keinginan untuk menjadi benar menghasilkan pengaruh informasional. Konformitas akan semakin besar ketika para partisipan merasa tidak kompeten, ketika tugas yang diberikan dirasa sulit untuk diselesaikan, dan ketika para individu tersebut

ingin dianggap benar keseluruhan dari hal ini merupakan tanda-tanda dari pengaruh informasional (Myers, 2012:287-288).

Berdasarkan penjelasan beberapa ahli diatas, bahwa aspek-aspek konformitas yaitu, peniruan, penyesuaian, kepercayaan, persepsi, keyakinan, perilaku individu, pengaruh sosial normatif, dan pengaruh sosial informasional.

4. Faktor-faktor Konformitas

Baron, Bryen, dan Branscombe (2008) menjelaskan tiga faktor yang mempengaruhi konformitas yaitu (Sarwona, & Meinarno, 2002:109).

a. Kohesivitas Kelompok

Sejauhmana kita tertarik pada kelompok sosial tertentu dan ingin menjadi bagian darinya. Semakin menarik suatu kelompok, maka semakin besar kemungkinan orang untuk melakukan konformitas terhadap norma-norma dalam kelompok tersebut. Menurut Crandall (1988), semakin kohesif (*cohesive*) suatu kelompok, kelompok tersebut semakin memiliki kekuatan terhadap para anggota kelompoknya. Dalam perkumpulan di perguruan tinggi misalnya, para teman cenderung memiliki tendensi kebiasaan yang sama, terutama ketika mereka tumbuh lebih dekat (Myers, 2012:280) .

b. Besar kelompok atau Ukuran Kelompok

Semakin besar ukuran kelompok, berarti semakin banyak orang yang berperilaku dengan cara-cara tertentu, sehingga semakin banyak yang mau mengikutinya. Asch dan peneliti yang lain

menemukan bahwa 3 hingga 5 orang akan memberikan lebih banyak konformitas dibandingkan hanya 1 atau 2 orang saja (Myers, 2012:278). *Study-study* terkini malah menemukan bahwa konformitas cenderung meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran kelompok hingga delapan orang anggota tambahan atau lebih. Jadi tampak bahwa semakin besar kelompok tersebut, maka semakin besar pula kecenderungan kita untuk ikut serta, bahkan meskipun itu berarti kita akan menerapkan tingkah laku yang berbeda dari yang sebenarnya kita inginkan (Baron, & Byrne, 2004:56).

c. Norma Sosial

Norma sosial yang berlaku dapat berupa norma *injunctive* atau *descriptive*. Norma *injunctive* (cenderung diabaikan) yaitu norma yang menetapkan tingkah laku apa yang diterima pada situasi tertentu. Norma *descriptive* (cenderung diikuti) yaitu norma yang hanya mengindikasikan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu.

Berdasarkan keterangan diatas, bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas yaitu, kohevisitas kelompok, besar atau ukuran kelompok, dan norma sosial.

5. Bentuk-bentuk Perilaku Konformitas

Myers menjelaskan, di dalam konformitas terdapat 2 bentuk perilaku konformitas yaitu (Sarwono, & Meinarno, 2009:111);

a. *Compliance* (menurut)

Adalah tindakan konformitas dimana individu bertingkah laku sesuai dengan tekanan kelompok, sementara secara pribadi ia tidak menyetujui tingkah laku tersebut. Seringkali perilaku kita dipengaruhi oleh permintaan langsung orang lain. Hal tersebut merupakan suatu bentuk pengaruh yang disebut dengan pemenuhan keinginan (*compliance*). Contoh pengaruh sosial dengan bentuk *compliance* misalnya adalah ketika teman anda memohon agar dipinjamkan uang, ketika pramuniaga menawarkan barangnya, permintaan sang pacar untuk dijemput, anak yang meminta ijin pergi suatu tempat atau saat meminta uang kepada orang tua. Permintaan-permintaan ini mengharuskan anda memilih dua hal, apakah menolak atau mengiyakanya. Seringkali kita mengiyakanya padahal sebenarnya hendak menolak permintaan tersebut. Pada bentuk *compliance*, individu menghindari penolakan kelompok dan mengharapkan *reward* atau penerimaan kelompok (*normative influence*). Rambe (1997) menduga individu yang menampilkan konformitas *compliance* memiliki harga diri yang lebih rendah dari pada individu yang menampilkan konformitas *acceptance*, karena mereka kurang berani menampilkan diri mereka yang

sesungguhnya, kurang memiliki penghargaan yang baik terhadap diri, dan sangat mudah mengikuti tekanan kelompok.

b. *Acceptance* (penerimaan)

Adalah tindakan konformitas dimana tingkah laku dan keyakinan individu sesuai dengan tekanan kelompok yang diterimanya. Dalam *compliance*, individu melakukan sesuatu tingkah laku atas permintaan orang lain, sementara dalam *obedience*, individu melakukan tingkah laku atas perintah orang lain. Di kantor, memerintahkan bahwa hanya untuk mengerjakan tugas tertentu, di sekolah guru melarang murid-murid untuk membawa benda-benda tajam dan merokok, dan di rumah orang tua menyuruh anaknya untuk beribadah. Dalam perilaku-perilaku diatas, seseorang akan cenderung mengikuti permintaan atau perintah orang lain yang dianggap memiliki kekuatan (*power*). Perilaku-perilaku ini, dalam psikologi sosial disebut sebagai *obedience* atau kepatuhan. *Obedience* merupakan salah satu jenis dari pengaruh sosial, dimana seseorang menaati dan mematuhi permintaan orang lain untuk melakukan tingkah laku tertentu karena adanya unsur kekuatan (*power*). Pada bentuk *acceptance*, konformitas terjadi karena kelompok menyediakan informasi penting yang tidak dimiliki oleh individu (*informasi influence*). Berdasarkan penjelasan diatas, bentuk-bentuk perilaku konformitas yaitu *compliance* (menurut), *acceptance* (penerimaan).

C. Kontrol Diri

1. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu juga, kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain, dan menutupi perasaanya (Ghufron, & Risnawati, 2011: 21-22).

Calhoun dan Acocella (1990) mendefinisikan kontrol diri (*self control*) sebagai pengaruh seseorang terhadap, dan peraturan tentang, fisiknya, tingkah laku, dan proses-proses psikologisnya dengan kata lain, sekelompok proses yang mengikat dirinya. Perkembangan kendali diri sangat penting untuk dapat bergaul dengan orang lain dan untuk mencapai tujuan pribadi (Calhoun, & Acocella, 1990: 130). Lebih lanjut menurut Goldfried, dan Merbaum mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu kearah konsekuensi positif. Kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti yang diinginkan (Ghufron, & Risnawati, 2011: 22).

Synder, dan Gangestad (1986) mengatakan bahwa, konsep mengenai kontrol diri secara langsung sangat relevan untuk melihat hubungan antara pribadi dengan lingkungan masyarakat dalam mengatur kesan masyarakat yang sesuai dengan isyarat situasional dalam bersikap dan berpendirian yang efektif (Ghufron, & Risnawati, 2011: 22).

Mahoney dan Thoresen dalam Rodert (1975), kontrol diri merupakan jalinan yang secara utuh (*integrative*) yang dilakukan individu terhadap lingkungannya. Individu dengan kontrol diri tinggi sangat memerhatikan cara-cara yang tepat untuk berperilaku dalam situasi yang bervariasi. Individu cenderung akan mengubah perilakunya sesuai dengan permintaan situasi sosial yang kemudian dapat mengatur kesan yang dibuat perilakunya lebih responsif terhadap petunjuk situasional, lebih fleksibel, berusaha untuk memperlancar interaksi sosial, bersikap hangat, dan terbuka (Ghufron, & Risnawati, 2011: 22).

Kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan perkembangan usia. Salah satu tugas perkembangan yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok dari dirinya kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa harus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam (hukuman), seperti yang dialami pada waktu anak-anak (Hurlock, 2003: 29).

Kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum

memutuskan sesuatu untuk bertindak. Semakin tinggi kontrol diri semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku (Ghufron, & Risnawati, 2011: 25).

2. Aspek-aspek Kontrol Diri

Averill menyebutkan, terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), dan kontrol keputusan (*decisional control*) (Ghufron, & Risnawati, 2011: 29-31).

a. Kontrol perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respons yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administrastion*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan. Apakah dirinya sendiri atau aturan perilaku dengan menggunakan kemampuan dirinya dan bila tidak mampu individu akan menggunakan sumber eksternal. Kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan, yaitu mencegah atau menjahui stimulus,

menempatkan tenggang waktu diantara rangkaian stimulus sebelum waktunya berakhir, dan membatasi intensitasnya.

b. Kontrol Kognitif (*cognitif control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri atas dua konponen, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Dengan informasi yang dimiliki oleh individu dapat mengantisipasi keadaan tersebut dengan berbagai pertimbangan. Melakukan penilaian berarti individu berusaha menilai dan menafsirkan suatu keadaan atau peristiwa dengan cara memerhatikan segi-segi positif secara subjektif.

c. Mengontrol keputusan (*decesional control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini atau disetujuinya. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi, baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan, atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

Berdasarkan uraian dan penjelasan diatas, dapat disimpulkan aspek-aspek kontrol diri terdiri atas kemampuan mengontrol perilaku, kemampuan mengontrol kognitif, kemampuan mengontrol keputusan.

3. Faktor-faktor Kontrol Diri

Sebagaimana faktor psikologis lainnya, kontrol diri dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu (Ghufron, & Risnawati, 2011: 32).

a. Faktor Internal

Faktor internal yang ikut andil terhadap kontrol diri adalah usia dan kematangan. Semakin bertambah usia seseorang, maka semakin baik kemampuan mengontrol dirinya, individu yang matang secara psikologis juga akan mampu mengontrol perilakunya karena telah mampu mempertimbangkan mana hal yang baik dan yang tidak baik bagi dirinya (Hurlock, 1980: 214)

b. Faktor Eksternal

Faktor eksternal ini di antaranya adalah lingkungan keluarga. Lingkungan keluarga terutama orangtua menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Hasil penelitian Nasichah (2000) menunjukkan, bahwa persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orangtua yang semakin demokratis cenderung diikuti tingginya kemampuan mengontrol dirinya. Oleh sebab itu, bila orangtua menerapkan sikap disiplin kepada anaknya secara intens sejak dini, dan orangtua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang dilakukan anak bila menyimpang dari yang sudah ditetapkan, maka sikap kekonsistensian ini akan diinternalisasi anak, dan kemudian akan menjadi kontrol diri baginya.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri adalah faktor usia dan kematangan serta faktor keluarga. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik akan mengatur perilaku, kognisi dan memilih tindakan secara positif. Seseorang mampu memprioritaskan segala sesuatu yang bermanfaat bagi dirinya serta mampu mengendalikan diri dan pikirannya untuk tidak melakukan hal-hal yang merugikan.

4. Jenis-jenis Kontrol Diri

Menurut Block, and Block (Ghufron, & Risnawati, 2011: 31), ada tiga jenis kontrol diri yaitu;

- a. *Over control*, yaitu kontrol yang berlebihan dan menyebabkan seseorang banyak mengontrol dan menahan diri untuk bereaksi terhadap suatu stimulus.
- b. *Under control*, yaitu kecenderungan untuk melepaskan implus yang bebas tanpa perhitungan yang masak.
- c. *Appropriate control*, yaitu kontrol diri yang memungkinkan individu mengendalikan implusnya secara tepat.

Berdasarkan jenis-jenis kontrol diri diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan antara kontrol diri yang dilakukan oleh mahasiswa yang satu dengan mahasiswa yang lainnya. Ada mahasiswa yang mengendalikan dirinya secara berlebihan, ada yang cenderung melakukan sesuatu tanpa diperhitungkan terlebih dahulu, dan ada pula yang dapat mengendalikan dirinya secara tepat.

5. Teknik Kontrol Diri

B.F. Skinner mengatakan bahwa ada empat teknik kontrol diri, yaitu (Alwisol, 2004: 394)

a. Menghindar (*Removing /avoiding*)

Menghindar dari sesuatu pengaruh atau menjauhkan situasi pengaruh sehingga tidak lagi diterima sebagai stimulus. Pengaruh buruk teman sebaya yang jahat dihilangkan dengan menghindar atau menjauh dari pergaulan dengan mereka.

b. Penjenuhan (*Satiation*)

Membuat diri jenuh dengan suatu tingkah laku, sehingga tidak lagi bersedia melakukannya. Seorang perokok menghisap rokok secara terus menerus secara berlebihan, sampai akhirnya menjadi jenuh, sigaret dan pematik api tidak lagi merangsangnya untuk menghisap rokok.

c. Stimulasi yang tidak disukai (*Aversive stimuli*)

Menciptakan stimulus yang tidak menyenangkan yang ditimbul bersamaan dengan stimulus yang ingin dikontrol. Pemabuk yang ingin menghindari alkohol atau orang yang melakukan diet, mengumumkan keinginannya kepada teman disekitarnya. Setiap kali dia minum alkohol atau ngemil dia akan menanggung resiko dikritik lingkungan dan malu karena kegagalanya.

d. Memperkuat diri (*Reinforce oneself*)

Memberikan *reinforcement* kepada diri sendiri, terhadap “prestasi” dirinya. Janji untuk membeli celana baru atau nonton film (dengan uang tabungan sendiri) kalau ternyata dapat belajar dan berprestasi. Kebalikan dari memperkuat diri adalah menghukum diri (*self punishment*), bisa berwujud mengunci diri dalam kamar sampai memukul kepala dinding berulang kali.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan berbagai macam teknik kontrol diri diatas, mahasiswi dapat memperbaiki, mengatur, dan mengontrol pengaruh *negative*. Dan teknik yang paling sering digunakan oleh mahasiswi untuk menghilangkan atau mengubah tingkah laku habitual yang tidak dikehendaki adalah *aversive stimuli* dan *removing* atau *avoiding*. Sedangkan teknik *satiation* dan *reinforce oneself* jarang digunakan.

D. Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif

Konformitas (*conformity*) adalah perubahan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain (Myers, 2012:252). Perubahan perilaku remaja ini, sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok.

Konformitas dapat mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan remaja seperti pilihan terhadap aktifitas sekolah atau sosial yang akan diikuti, penampilan, bahasa yang digunakan, sikap dan nilai-nilai yang dianut. Konformitas didunia remaja pada umumnya terdiri atas keinginan untuk dilibatkan di dalam dunia teman sebaya, seperti berpenampilan yang sama seperti teman lainya dan keinginan untuk berkumpul dengan anggota kelompoknya (Santrock, & John W, 1983:46).

Hurlock menyatakan, karena remaja lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah bersama teman-temanya sebaya sebagai kelompok, maka dapat dimengerti bahwa pengaruh teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku, terkadang lebih besar dari pada daripada pengaruh keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa mereka memakai model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompok yang populer, maka kesempatan baginya untuk diterima oleh kelompok (Hurlock, 1999:213).

Sebagian besar remaja berharap menjadi anggota kelompok acuan dan menolak menjadi tampak beda. Ketika pendapat remaja berbeda dengan pendapat kelompok maka kemungkinan ia akan merasa tertekan dan berusaha mengubah pendapatnya untuk melakukan konformitas dengan pendapat kelompok tersebut. Penyesuain diri dengan norma yang ada dalam kelompok tanpa pemikiran mandiri disebut konformitas (Sarwono,& Meinarno, 1989:206).

James F. Engel mengemukakan, bahwa perilaku konsumtif dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan mengubah barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut (Mangkunegara, 2002:3).

Perilaku membeli di kalangan remaja dapat menjadi ajang pemborosan biaya jika perilaku konsumtif yang timbul didasarkan pada faktor-faktor diatas karena selain remaja masih dalam pengawasan orang tua mereka juga mendapat sumber dana masih dari orang tua. Dengan kata lain remaja belum memiliki penghasilan sendiri dan melakukan pembelian secara berlebihan dari uang yang diberikan (Tambunan, 2001:3).

Kotler menyatakan, faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku konsumen. Kelompok referensi yaitu semua kelompok yang mempunyai pengaruh (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (membership group), dengan siap orang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja (Kotler, Philip, Keller, & Kevin, 2000:170).

Remaja banyak dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena karakteristik remaja yang cenderung labil dan mudah dipengaruhi sehingga mendorong munculnya berbagai gejala perilaku konsumsi yang tidak wajar. Tambunan (2001) menjelaskan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya

antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja (Panuju, 1999:154).

Lingkungan dalam kelompok acuan sangat berpengaruh dalam berperilaku konsumtif. Karena pada masa remaja penampilan secara fisik seperti bentuk tubuh, cara berbusana dan kesenangan erat kaitanya dengan kesan penilaian orang lain. Dalam membelanjakan uangnya kadangkala dinilai kurang efisien, karena pembelian barang yang dilakukan oleh remaja bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata, tetapi karena keinginan untuk meniru orang lain, mencoba produk baru atau memperoleh pengakuan sosial.

Berdasarkan penjelasan diatas, bahwa remaja yang menginginkan kedekatan terhadap kelompok sebaya dan dukungan emosi dalam menjalin persahabatan akan lebih mudah jika melakukan konformitas, mengikuti norma yang berlaku di kelompok yang mereka ingin masuki, meskipun tidak ada paksaan baik secara nyata maupun tidak nyata. Kebanyakan remaja akan berusaha untuk menyamakan tingkah laku, hobi, gaya hidup, *fashion* agar tidak beda dengan teman-temanya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya, sehingga hal tersebut menimbulkan terjadinya perilaku konsumtif pada remaja.

E. Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif

Kontrol diri diartikan sebagai sebuah kemampuan untuk membimbing, dan mengarahkan perilaku yang dapat membawa kearah konsekuensi positif (Ghufron, & Risnawati, 2004:21).

Mahasiswa memang selalu diidentifikasi dengan perilaku konsumtif karena mereka masih dalam tahap perkembangan masa remaja, yang mana pada usia tersebut mereka mempunyai keinginan membeli yang tinggi, terutama untuk menunjang penampilan. Sedangkan mahasiswi angkatan 2013 UIN Malang termasuk dalam kategori akhir, yaitu 18-21 tahun (Dariyo, 2004: 14), dimana pada usia ini mereka sudah mulai mantap dan stabil, disamping itu pada usia ini mereka juga sudah mulai dituntut untuk memiliki kontrol diri yang baik agar mereka dapat mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok dan kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial serta dapat mengatasi berbagai hal yang merugikan yang mungkin terjadi yang berasal dari luar. Jadi ketika mahasiswi memiliki tehnik kontrol diri yang baik, maka mereka akan mampu mengendalikan perilaku konsumennya, sebaliknya apabila kontrol dirinya rendah maka mahasiswi akan cenderung berperilaku konsumtif terhadap segala macam bentuk konsumsi.

Skinner mengemukakan bahwa tingkah laku disebabkan dan dipengaruhi oleh variabel eksternal, namun betapun kuatnya stimulus dan penguat eksternal, manusia masih dapat mengubahnya memakai proses kontrol diri (*self-control*) (Alwisol, 2004;393). Kontrol diri merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu

selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat dilingkungan sekitarnya. Para ahli berpendapat bahwa kontrol diri dapat digunakan sebagai suatu intervensi yang bersifat preventif selain dapat mereduksi efek-efek psikologis yang negatif dari stressor-stressor lingkungan (Ghufron, & Risnawati, 2004;21).

Sebagai salah satu sifat kepribadian, kontrol diri pada setiap mahasiswi tidaklah sama. Ada mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang rendah dan ada pula mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang baik. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang baik mampu mengarahkan dan mengatur perilakunya dan membawanya kepada konsekuensi perilaku positif.

Sifat mahasiswi yang cenderung suka ikut-ikutan teman dan juga mudah terbujuk rayuan iklan dapat dikontrol dengan cara memindah atau menghindar (Alwisol, 2004:394). Pengaruh buruk teman sebaya yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif dapat dihilangkan dengan cara menghindar atau menjauh dari pergaulan kelompok.

Perilaku kontrol diri menunjukkan pada kemampuan mengarahkan tingkah lakunya sendiri, yaitu suatu tindakan yang berkenaan dengan kemampuan melakukan suatu keinginan dengan tujuan yang terarah, meskipun untuk mencapai tujuan tersebut disertai dengan adanya hadiah atau hal-hal yang menyenangkan (*reinforce oneself*) (Alwisol, 2004:394).

Seperti yang telah dijelaskan diatas, bahwa perilaku konsumtif banyak melanda kehidupan remaja yang sebenarnya belum memiliki kemampuan *financial* untuk memenuhi kebutuhannya. Remaja seringkali dijadikan

target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik remaja yang labil dan mudah dipengaruhi sehingga mendorong munculnya gejala dalam membeli yang tidak wajar. Dalam hal ini membeli tidak dilakukan karena berdasarkan kebutuhan, namun lebih berdasarkan keinginan.

Selama masa remaja, simbol status mempunyai fungsi antara lain menunjukkan pada diri orang lain bahwa remaja mempunyai status sosial ekonomi yang lebih tinggi daripada teman-teman yang lain dalam kelompok karena penampilan atau perbuatan yang sama cenderung dianggap dewasa dalam masyarakat. Hal tersebut selaras dengan pendapat Hurlock, bahwa menggunakan simbol status dalam bentuk mobil, pakaian dan pemilikan barang-barang lain yang mudah terlihat adalah satu cara yang digunakan oleh seorang remaja untuk mereka mengangkat diri sendiri (Hurlock, 2004:208).

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan pemenuhan kebutuhan seseorang secara berlebihan terhadap barang-barang konsumsi dan sebagian besar didasari karena keinginan bukan kebutuhan dan tindakan tersebut semata-mata untuk mencari kesenangan tanpa memikirkan tujuan utama mengkonsumsi.

Perilaku konsumtif pada mahasiswi dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya adalah kepribadian. Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda-beda, dimana hal ini akan mempengaruhi perilaku pembelian. Sebagai salahsatu dari sifat kepribadian, kontrol diri

merupakan salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi perilaku pembelian seseorang, sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Munandar bahwa, kontrol diri merupakan salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa (Munandar, 425). William J. Stanton juga berpendapat bahwa, kontrol diri merupakan salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumen (Mangkunegara, 2002:39-48).

Dari beberapa uraian di atas, menunjukan bahwa kontrol diri berperan mencegah terjadinya kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswi, karena dengan memiliki kontrol diri yang baik mahasiswi dapat mengatur dan mengarahkan bentuk-bentuk perilakunya sehingga dapat membawa ke arah perilaku yang positif.

F. Hipotesis

Hipotesis (*hypothesis*) berasal dari dua kata yaitu, hypo yang artinya “dibawah” dan thesa yang artinya “kebenaran”. Hipotesis adalah pernyataan sementara (*tentative explanation*) tentang hubungan diantara dua variabel atau lebih. Dalam konteks penelitian, hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan atas teori yang relevan dan belum didasarkan atas data empiris. (Arikunto, 2002:64). Jadi, hipotesis dalam konteks penelitian adalah jawaban teoritis terhadap masalah penelitian, belum jawaban empiris.

Berdasarkan paparan di atas, adapun hipotesis yang diajukan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis mayor:

Terdapat pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 .

b. Hipotesis minor:

- 1) Terdapat pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif.
- 2) Terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang banyak menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data serta penampilan dari hasilnya (Arikuntoro, 2006;10).

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rancangan penelitian deskriptif korelasi. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang berusaha untuk menjelaskan atau menerangkan suatu peristiwa berdasarkan data, sedangkan penelitian korelasional bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan antara dua fenomena atau lebih.

Rancangan penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan konformitas dan kontrol diri terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Sedangkan penelitian korelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

B. Identifikasi Variabel

Variabel adalah gejala yang bervariasi yang menjadi obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2006; 118).

Penelitian tentang pengaruh antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 menggunakan tiga variabel utama yaitu :

1. Variabel bebas, merupakan variabel yang mempunyai pengaruh atau menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*independent variable*). Dalam penelitian ini adalah konformitas (X1) dan kontrol diri (X2).
2. Variabel terikat, merupakan variabel yang bersifat mengikuti (*dependent variable*). Dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).

C. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati (Azwar. 2007; 74).

Definisi operasional merupakan semacam petunjuk pelaksanaan dalam mengukur suatu variabel. Adapun definisi operasional variabel-variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dimana bersifat impulsif, pemborosan, dan dilakukan atas dasar kesenangan semata.

2. Konformitas

Konformitas adalah suatu perubahan sikap, perilaku atau kepercayaan seorang individu agar sesuai dengan norma kelompok dan norma sosial

sebagai akibat dari tekanan kelompok yang nyata (hanya merupakan persepsi individu akan keberadaan tekanan kelompok).

3. Kontrol Diri

Kontrol diri dapat diartikan sebagai aktivitas pengendalian tingkat laku, pengendalian *cognitive*, dan pengendalian keputusan. Semakin tinggi kontrol diri maka semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku, dan mampu mengatur serta mengarahkan perilakunya yang dapat diterima oleh masyarakat yang menuju ke arah koensekuensi positif.

D. Subyek Penelitian

1. Populasi

Populasi menurut Arikunto (2006:130) adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010:117). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013 yang berjumlah 1702 mahasiswa.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara-cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu, jelas, dan lengkap yang bisa dianggap bisa mewakili populasi (Hasan, 2002:58). Apabila subyek penelitian kurang dari 100, lebih baik diambil semua, tetapi jika subyeknya besar atau lebih dari 100 maka dapat diambil antara 10-15%

atau 20-25% atau lebih (Arikunto, 2006:134). Secara umum semakin besar sampel maka semakin representative.

Pengambilan sampel pada penelitian inidengan menggunakan teknik sampling probabilitas dengan cara pengambilannya dilakukan secara acak (*random*) sederhana. Sampling acak sederhana yaitu bentuk *sampling probabilitas* yang sifatnya sederhana, dimana setiap sampel yang berukuran sama memiliki suatu *probabilitas* atau kesempatan yang sama untuk terpilih dari populasi. Pemilihan subyek secara acak juga mempunyai hubungan erat dengan ciri ciri atau sifat-sifat populasi (Hasan, 2002:64).

Penelitian ini mengambil sampel secara acak dengan jumlah sampel 10% dari populasi yang ada yaitu dari seluruh mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Populasi atau jumlah seluruh mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 adalah 1702, maka sampel yang digunakan adalah 10% dari masing-masing jurusan dari bermacam-macam fakultas yang ada di UIN Maliki Malang. Pengambilan sampel yang berjumlah 10% adalah karena peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi dikarenakan keterbatasan dana, waktu, dan tenaga selain itu tidak semua mahasiswi bersedia untuk dimintai keterangan atau observasi.

Dengan demikian peneliti mengambil sampel sebanyak 10% dari jumlah Mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 yaitu sebanyak 169 sampel.

E. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah:

1. Observasi, adalah kegiatan pemusatan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Observasi dapat dilakukan dengan dua cara yakni observasi sistematis dan observasi non-sistematis. Disini peneliti menggunakan observasi non sistematis (tanpa pedoman). Observasi digunakan sebagai data awal untuk penelitian. Hasil dari observasi peneliti yang dilakukan pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 pada tanggal 06 s/d 08 Mei 2015. Gaya hidup mahasiswi UIN Malang saat ini adalah gaya hidup konsumtif menengah keatas yang dicirikan dengan kemampuan mengonsumsi produk yang serba modern, dimana mahasiswa sering kali sibuk berpacaran dengan gaya hidup yang menunjukkan tampilan fisik, fenomena hura-hura, serta gaya hidup mahasiswi yang selalu *up to date* dengan perkembangan fashion yang kerap kali ditemui di kampus.

2. Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga, dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiono, 2010: 231). Wawancara dilakukan peneliti terhadap 8 responden yang masing-masing berbeda fakultas. Wawancara ini dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang diperlukan. Dari hasil wawancara menunjukkan bahwa 5 dari 8 responden berperilaku konsumtif, dan mereka seringkali melakukan perilaku

negative yang berupa memakai uang kuliah, membohongi orang tua, membolos kuliah untuk dapat membeli barang yang diinginkan. Selain itu mahasiswi seringkali menghabiskan uang saku mereka untuk bersenang-senang seperti nongkrong di kafe, jalan-jalan di mall, membeli barang-barang yang sebenarnya bukan menjadi kebutuhan. Tetapi juga terdapat mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang baik dimana mahasiswi tersebut membelanjakan uangnya hanya berdasarkan kebutuhan yang diperlukanya saja.

3. Skala, merupakan sejumlah pernyataan tertulis yang berupa kontrak atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu, dan pernyataan dalam skala sebagai stimulus yang tertuju pada indikator perilaku guna memancing jawaban yang merupakan refleksi dari keadaan diri subjek yang biasanya tidak disadari oleh respon yang bersangkutan (Azwar, 2008: 5). Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala konformitas dan skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif.

Peneliti menyusun skala dengan model *likert* (metode skala *rating* yang dijumlahkan), pemilihan ini didasarkan dengan bentuk angket *favourable* dan *unfavourable*. Dimana dalam skala *likert* ini terdiri dari lima alternatif jawaban yakni, Sangat sesuai dengan diri saudara (SS), Sesuai dengan diri saudara (S), Tidak Sesuai dengan diri saudara (TS) dan Sangat tidak sesuai dengan diri saudara (STS).

Tabel 3.1
Penentuan Nilai Skala

Respon	Skor	
	Favourable (F)	Unfavourable (U)
SS	4	1
S	3	2
TS	2	3
STS	1	4

a. Skala Perilaku Konsumtif

Skala ini digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya perilaku konsumtif pada remaja putri. Skala perilaku konsumtif ini, sebelumnya sudah pernah digunakan dalam penelitian terdahulu. Penyusunan skala ini seperti teori yang dikemukakan oleh Lina dan Rosyid (1997) dalam Fardhani dan Izzati (2013) terdiri dari 3 aspek;

1) Pembelian impulsif (*impulsive buying*)

Pembelian *Impulsive*, merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan.

1) Pembelian berlebihan (*wasteful buying*)

Menggambarakan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

2) Pembelian tidak rasional (*non rational buying*)

Pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.

Tabel 3.2
Blue Print Skala Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Nomor item		Jumlah
		Favorable	Unfavorable	
<i>Impulsive Buying</i>	Keinginan sesaat	1, 4, 7	2, 3, 8, 11	7
	Tanpa pertimbangan	6, 9, 10	5, 12	5
<i>Wasteful Buying</i>	Boros(pembelian berlebihan)	15, 19, 21, 26	22, 24, 27, 32	8
<i>Non Rasional Buying</i>	Mengikuti mode	28, 29, 30, 31	13, 14, 16	7
	Mencari kesenangan	17, 18, 20, 35	23, 33	6
	Mencari kepuasan	34, 36, 38, 40	25, 37, 39	7
Total		22	18	40

b. Skala Konformitas

Skala ini digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya konformitas pada remaja putri. Skala konformitas ini. Penyusunan skala ini

seperti teori yang dikemukakan oleh Baron, Bryne, & Branscobe (2008), terdapat 2 aspek yaitu (Sarwono, & Meinarno, 2002:109):

1) Pengaruh sosial normative (*normative social influence*)

Pengaruh sosial yang didasarkan pada motif atau keinginan untuk disukai atau diterima orang lain dan agar terhindar dari penolakan.

2) Pengaruh sosial informasional (*normative social influence*)

Keinginan untuk bertindak benar, Pengaruh sosial yang didasarkan pada motif atau keinginan akan kepastian mengenai kebenaran akan perilaku yang hendak ditampilkan.

Tabel 3.3

Blue Print Skala Konformitas

Aspek	Indikator	Nomor item		Jml
		Favorable	Unfavorable	
Normatif	Disukai orang lain	1, 4, 5	16, 10, 19, 21	7
	Terhindar dari penolakan	2, 8, 13, 20	7, 18, 12, 17, 3	9
Informasional	Menjadi benar	11, 23, 26, 6	24, 25, 30, 22	8
	Menerima kebenaran	14, 9, 15	27, 28, 29	6
Total		14	16	30

c. Skala Kontrol Diri

Skala ini digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya kontrol diri pada remaja putri. Penyusunan skala ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Averill yang menyebutkan, terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu (Ghufron, &Risnawati, 2011: 29-31).

1) Kontrol Perilaku (*behavior control*)

Kontrol perilaku merupakan kesiapan tersedianya suatu respon yang dapat secara langsung memengaruhi atau memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan. Kemampuan mengontrol perilaku ini diperinci menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administrastion*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*).

2) Kontrol Kognitif (*cognitive control*)

Kontrol kognitif merupakan kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai, atau menghubungkan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologis atau mengurangi tekanan.

3) Kontrol Keputusan (*decisional control*)

Mengontrol keputusan merupakan kemampuan seseorang untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini atau disetujuinya.

Tabel 3.4

Blue Print Kontrol diri

aspek	Indikator	Nomor item		Jml
		Favorable	Unfavorable	
Kontrol Perilaku (<i>behavior control</i>)	Kemampuan mengontrol pelaksanaa (<i>regulated administration</i>)	1, 3, 19, 21, 20	15, 16, 23	8
	Kemampuan memodifikasi stimulasi (<i>stimulus modifiability</i>)	2, 7, 13	10, 12, 22	6
Kontrol fikiran (<i>Cognitive Control</i>)	Kemampuan dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan	4, 8, 9, 11, 14, 24, 30	5, 17, 29	10
Mengontrol keputusan (<i>decisional control</i>)	Kemampuan mengambil tindakan berdasarkan apa yang tidak diyakini atau disetujui	25, 26, 27	6, 18, 28	6
Total		18	12	30

F. Validitas dan Reliabilitas**1. Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat ke validitas atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2006:168).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan tipe validitas isi yang pengujiannya menggunakan analisis rasional. Cara untuk melihat terpenuhi atau tidak validitas ini yakni dengan melihat apakah item-item yang telah ditulis sesuai dengan *blue print*-nya sesuai dengan dominan ukur yang telah ditetapkan semula dan memeriksa apakah masing-masing item telah sesuai dengan indikator perilaku yang hendak diungkap.

Untuk mengatur kesahihan validitas item maka peneliti menggunakan rumus korelasi *product moment* dari *pearson*. Uji validitas ini dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 16.0 *for windows*.

Adapun rumus korelasi *product moment* tersebut adalah:

$$r = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{\left(\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right) \left(\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right)}}$$

Keterangan :

r = koefisien korelasi

X = variabel X

Y = variabel Y

n = besar sampel

2. Reliabilitas

Relibilitas diterjemahkan dari kata *reliability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi maksudnya adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel. Walaupun realibilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keterpercayaan, keajegan, kestabilan,

konsistensi, dan sebagainya, namun ide pokok yang terkandung dalam konsep reliabilitas adalah sejauhmana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Hasil pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subjek memang belum berubah (azwar, 2008:4).

Reliabilitas dinyatakan dengan koefisien reliabilitas yang angkanya berada dalam rentang 0 hingga 1,00. Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,00 berarti semakin tinggi reliabilitas (Azwar, 2007). Adapun taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 0,01. Pengukuran reliabilitas juga dengan menggunakan bantuan komputer dengan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) 16.0 for windows. Pengujian *reliability* dengan menggunakan teknik *Alfa Cronbach*.

Rumus *Alfa Cronbach*.

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan :

r_{11} = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan atau soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah varians butir

$\sum \sigma_t^2$ = varians total

G. Analisis Data Penelitian

1. Uji Normalitas

Asumsi atau uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah residual dalam model regresi mengikuti sebaran normal atau tidak. Model Regresi yang baik adalah model dimana residualnya mengikuti distribusi normal. Metode yang digunakan dalam menguji normalitas adalah dengan grafik histogram dan normal P-P plot, serta uji Kolmogorov-Smirnov. Residual model dikatakan mengikuti distribusi normal apabila data pada grafik histogram mengikuti garis normal, dan sebaran data pada grafik normal P-P plot terletak disekitar garis diagonal, serta nilai signifikansi uji kolmogorov-smirnov lebih besar dari α yang digunakan. Suatu data dikatakan normal jika signifikan $(p) > 0,05$, jika $(p) < 0,05$, maka data tidak normal. (Priyatno, 2012). Analisis data konsep diri pada pembelian *impulsif* menggunakan SPSS 20 for windows.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2005). Metode yang dapat dipakai untuk mendeteksi gejala heterokedastitas dalam penelitian ini adalah metode grafik.

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas di dalam model regresi dapat dilihat dari grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Ada tidaknya gejala heteroskedastisitas dapat diketahui dengan dua hal, antara lain :

- a. Jika pencaran data yang berupa titik-titik membentuk pola tertentu dan beraturan, maka terjadi masalah heteroskedastisitas.
- b. Jika pencaran data yang berupa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan dibawah sumbu Y, maka tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

3. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan deskripsi mengenai subyek berdasarkan data dari variabel yang diperoleh dari kelompok subyek yang diteliti dan tidak dimaksudkan untuk pengujian hipotesis (Azwar, 2008:126).

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan secara umum hasil penelitian untuk mengetahui kategorisasi tingkat pada variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5 , dan Y pada subyek penelitian. Pendeskripsian ini dilakukan dengan cara mengklasifikasikan skor subyek berdasarkan norma kelompok. Penghitungan dilakukan untuk melihat tingkat konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Sehingga dapat diketahui tingkatannya apakah tinggi, sedang, atau rendah. Dalam pengkategorian ini peneliti menggunakan penghitungan:

a. Skor Hipotetik dan Deviasi Standar Hipotetik

Adapun langkah-langkah dalam pembuatan skor hipotetik dalam penelitian adalah:

1) Perilaku konsumtif

Menghitung nilai mean hipotetik (μ) dan deviasi standar (σ) pada skala perilaku konsumtif yang diterima sebanyak 27 aitem.

a) Menghitung mean hipotetik (μ), dengan rumus:

$$\begin{aligned}\mu &= \frac{1}{2} (I_{\max} + I_{\min}) \sum k & \mu &= \text{rerata hipotetik} \\ &= \frac{1}{2} (4+1) 27 & I_{\max} &= \text{skor maksimal aitem} \\ &= \frac{1}{2} 135 = 67,5 & I_{\min} &= \text{skor minimal aitem} \\ & & \sum k &= \text{jumlah aitem}\end{aligned}$$

b) Menghitung deviasi standar (σ) menggunakan rumus:

$$\begin{aligned}\sigma &= \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min}) & \sigma &= \text{deviasi standar hipotetik} \\ &= \frac{1}{6} (108 - 27) & X_{\max} &= \text{skor maksimal subyek} \\ &= \frac{1}{6} 81 = 13,5 & X_{\min} &= \text{skor minimal subyek}\end{aligned}$$

c). Kategorisasi :

$$\text{Rendah} = X < (\mu - 1 \sigma) = < (67,5 - 13,5) = X < 54$$

$$\text{Sedang} = (\mu - 1 \sigma) \leq X < (\mu + 1 \sigma) = (67,5 - 13,5) \leq X < (67,5 + 13,5)$$

$$= 50 \leq X < 81$$

$$\text{Tinggi} = X \geq (\mu + 1 \sigma) = X \geq (67,5 + 13,5)$$

$$= X \geq 81$$

2) Konformitas

Menghitung nilai mean hipotetik (μ) dan deviasi standar (σ) pada skala konformitas yang diterima sebanyak 23 aitem.

a) Menghitung mean hipotetik (μ), dengan rumus:

μ

$$= \frac{1}{2} (I_{\max} + I_{\min}) \sum k$$

μ = rerata hipotetik

$$= \frac{1}{2} (4+1) 23$$

$I_{\max}$ = skor maksimal aitem

$$= \frac{1}{2} 115 = 57,5$$

$I_{\min}$ = skor minimal aitem

$\sum k$ = jumlah aitem

b) Menghitung deviasi standar (σ) menggunakan rumus:

σ

$$= \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min})$$

σ = deviasi standar hipotetik

$$= \frac{1}{6} (108-23)$$

$X_{\max}$ = skor maksimal subyek

$$= \frac{1}{6} 85 = 14,2$$

$X_{\min}$ = skor minimal subyek

c) Kategorisasi :

$$\text{Rendah} = X < (\mu - 1 \sigma) = < (57,5 - 14,2) = X < 43,3$$

$$\text{Sedang} = (\mu - 1 \sigma) \leq X < (\mu + 1 \sigma) = (57,5 - 14,5) \leq X < (57,5 + 14,5)$$

$$= 43,3 \leq X < 71,7$$

$$\text{Tinggi} = X \geq (\mu + 1 \sigma) = X \geq (57,5 + 14,3)$$

$$= X \geq 71,7$$

3) Kontrol Diri

Menghitung nilai mean hipotetik (μ) dan deviasi standar (σ) pada skala kontrol diri yang diterima sebanyak 18 aitem.

a) Menghitung mean hipotetik (μ), dengan rumus:

$$\begin{aligned} \mu &= \frac{1}{2} (I_{\max} + I_{\min}) \sum k & \mu &= \text{rerata hipotetik} \\ &= \frac{1}{2} (4+1) 18 & I_{\max} &= \text{skor maksimal aitem} \\ &= \frac{1}{2} 45 = 45 & I_{\min} &= \text{skor minimal aitem} \\ & & \sum k &= \text{jumlah aitem} \end{aligned}$$

b) Menghitung deviasi standar (σ) menggunakan rumus:

$$\begin{aligned} \sigma &= \frac{1}{6} (X_{\max} - X_{\min}) & \sigma &= \text{deviasi standar hipotetik} \\ &= \frac{1}{6} (72-18) & X_{\max} &= \text{skor maksimal subyek} \\ &= \frac{1}{6} 54 = 9 & X_{\min} &= \text{skor minimal subyek} \end{aligned}$$

c). Kategorisasi :

$$\text{Rendah} = X < (\mu - 1 \sigma) = < (45-9) = X < 36$$

$$\begin{aligned} \text{Sedang} &= (\mu - 1 \sigma) \leq X < (\mu + 1 \sigma) = (45-9) \leq X < (45+9) \\ &= 36 \leq X < 54 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}\text{Tinggi} &= X \geq (\mu + 1 \sigma) = X \geq (45 + 9) \\ &= X \geq 54\end{aligned}$$

b. Analisis Prosentase

Peneliti menggunakan analisis prosentase setelah menentukan norma kategorisasi dan mengetahui jumlah individu yang ada dalam satu kelompok. Rumus dari analisis prosentase adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P = Prosentase

f = frekuensi

N = jumlah sampel

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Gambaran Lokasi Penelitian

Universitas Islam Negeri (UIN) Maliki Malang berdiri berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 50 tanggal 21 juni 2004. Bermula dari gagasan para tokoh Jawa Timur untuk mendirikan lembaga pendidikan tinggi islam dibawah Departemen Agama, dibentuklah panitia pendirian IAIN Cabang Surabaya melalui Surat Keputusan Menteri No. 17 Tahun 1961 yang bertugas untuk mendirikan Fakultas Syariah yang berkedudukan di Surabaya dan Fakultas Tarbiyah yang berkedudukan di Malang. Keduanya diresmikan secara bersamaan oleh Menteri Agama pada 28 Oktober 1961. Pada 1 oktober 1964 didirikan juga Fakultas Ushuluddin yang berkedudukan di Kediri melalui Surat Keputusan Menteri Agama No. 66/1964.

Sempat bernama uinversitas Islam Indonesia-Sudan (UIIS) sebagai implementasi kerja sama antara pemerintah Indonesia dan Sudan, dan diresmikan oleh wakil presiden RI H. Hamzah Hazz pada 21 juni 2002 yang juga dihadiri oleh wakil presiden Sudan serta pejabat tinggi pemerintah Sudan, secara spesifik akademi Universitasini mengembangkan ilmu pengetahuan tidak saja bersumber dari metode

Ilmiah melalui penawaran logis seperti observasi dan eksperimentasi tapi juga bersumber dari Al-quran dan haddis yang selanjutnya disebut pradigam integrasi, oleh karena itu posisi alqur-un dan hadis menjadi sangat sentral dalam kerangka intergrasi keilmuan tersebut.

Secara kelembagaan sampai saat ini memiliki enam Fakultas dan progam pasca sarjana: 1). Fakultas Tarbiyah, jurusan pendidikan agama islam (PAI), Ilmu Pengetahuan sosial (IPS), dan Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (PGMI), 2). Fakultas Syariah, jurusan Al-ahwal as-Syakhsiyah, dan Hukum Bisnis syariah. 3). Fakultas Humaniora dan Budaya, jurusan Bahasa dan sastra Inggris dan jurusan pendidikan Bahasa Arab dan jurusan pendidikan bahasa arab. 4). Fakultas Psikologi, jurusan psikologi. 5). Fakultas Ekonomi, jurusan Manajemen, jurusan akuntansi, jurusan progam perbankan syariah dan jurusan program diploma perbankan syariah. 6). Fakultas Sains dan Teknologi, jurusan matematika, jurusan biologi, jurusan fisika, jurusan kimia, jurusan teknik informatika, jurusan teknik arsitektur dan jurusan farmasi.

Terletak di jalan Gajayana 50, Dinoyo Malang dengan lahan seluas 14 hektar. Universitas ini memodelisasi diri secara fisik sejak september 2005 dengan membangun gedung rektorat, fakultas, kantor administrasi, perkuliahan, perpustakaan, laboratorium, kemahasiswaan, pelatihan, olahraga, *bussiness center*, poliklinik, masjid, dan ma'had yang sudah lebih dulu ada dengan pendanaan dari *Islamic Development Bank* (IDB) melalui surat persetujuan IDB No. 4/IND/1287 tanggal 17 Agustus 2004.

Dengan performansi fisik yang megah dan moderen, tekak, semangat serta komitmen yang kuat dari seluruh anggota sivitas akademik seraya memohon ridho dan petunjuk Allah SWT, Universitas ini bercita-cita menjadi *the center of excellent* dan *center of Islamic civilization* sekaligus mengimplementasikan ajaran islam sebagai rahmat bagi semesta alam (al-islam rahmatul lil alamin)

2. Waktu dan Tempat

Penelitian ini dilaksanakan pada tanggal 13 September s/d 2 oktober di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Dalam penelitian ini untuk memperoleh data awal dilakukan observasi dan wawancara kepada beberapa mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

3. Keadaan Demografis Subjek

Keadaan Demografis subjek dalam penelitian ini menggambarkan umur, kelas, dan jenis kelamin. Data demografis subjek penelitian berupa umur dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Umur Subjek Penelitian

No	Umur	Jumlah
1	18	10
2	19	33
3	20	89
4	21	37
Jumlah		169

B. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Validitas

Daya beda yang digunakan pada uji validitas sebesar 0,30 sehingga sebuah item yang valid apabila melebihi $r_{xy} = 0,30$ ($>0,30$) sehingga butir-butir tersebut dianggap shahih, sebaliknya jika didapatkan koefisien validitas kurang dari 0,30 ($<0,30$), maka butir-butir tersebut tidak valid dan dianggap gugur (Azwar,2009:103).

Tabel 4.2
Validitas Perilaku Konsumtif

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jml
			Aitem Valid	Aitem Gugur	
1	Impulsive Buying	Keinginan sesaat (muncul tiba-tiba)	4, 7, 2, 3, 11	1, 8	7
		Tanpa Pertimbangan	6, 9, 10, 12	5	5
2	Wasteful Buying	Boros (pembelian berlebihan)	19, 21, 22, 26	15, 24, 27, 32	8
		Mengikuti Mode	13, 14, 16, 29, 30, 31	28	7
3	Non Rasional Buying	Mencarai Kesenangan	18, 20, 23	17, 33, 35	6
		Mencari Kepuasan	34, 36, 38, 39, 40	25, 37	7
Total			27	13	40

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 4.2 skala perilaku konsumtif, yang awalnya berjumlah 40 aitem yang diujikan pada 169 subjek

penelitian, diperoleh hasil bahwa dari 40 aitem total, tersisa 27 aitem yang valid karena aitem memiliki nilai diatas standar yang telah ditetapkan dan aitem yang gugur berjumlah 13 aitem dikarenakan aitem berada dibawah standar yang telah ditetapkan serta penggunaan bahasa yang tidak tepat dan juga susunan kalimat yang rumit. Sebaran aitem-aitem yang valid dan gugur tersebut dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 4.3
Validitas Konformitas

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jml
			Aitem Valid	Aitem Gugur	
1	Normatif	Disukai orang lain	1, 2, 5, 10, 16, 19, 21		7
		Terhindar dari penolakan	3, 8, 12, 13, 17, 18, 20	2, 7	9
2	Informasional	Menjadi benar	6, 22, 23, 24, 26	11, 25, 30	8
		Menerima kebenaran	9, 14, 15, 27	28, 29	6
Total			23	7	30

Berdasarkan hasil tabel 4.3, uji validitas skala konformitas, yang awalnya berjumlah 30 aitem yang diujikan pada 169 subjek penelitian, diperoleh hasil bahwa dari 30 aitem total, tersisa 23 aitem yang valid karena aitem memiliki nilai diatas standar yang telah ditetapkan dan aitem yang gugur berjumlah 7 aitem dikarenakan aitem berada dibawah standar

yang telah ditetapkan serta penggunaan bahasa yang tidak tepat dan juga susunan kalimat yang rumit.

Tabel 4.4
Validitas Perilaku Kontrol Diri

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jml
			Aitem Valid	Aitem Gugur	
1	Kontrol Perilaku (<i>behavior control</i>)	Kemampuan mengontrol pelaksanaan (<i>regulated administration</i>)	21, 15, 16, 23	1, 3, 19, 20	8
		Kemampuan memodifikasi stimulasi (<i>stimulus modifiability</i>)	10, 12, 22	2, 7, 13	6
2	Kontrol kognitif (<i>cognitive control</i>)	Kemampuan dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan	8, 9, 14, 17, 24, 30	4, 5, 11, 29	10
3	Mengontrol keputusan (<i>decisional control</i>)	Kemampuan mengambil tindakan berdasarkan apa yang tidak diyakini atau disetujui	25, 26, 27, 28	6, 18	6
Total			18	12	30

Berdasarkan hasil tabel 4.4 uji validitas skala kontrol diri, yang awalnya berjumlah 30 aitem yang diujikan pada 169 subjek penelitian, diperoleh hasil bahwa dari 30 aitem total, tersisa 18 aitem yang valid karena aitem memiliki nilai diatas standar yang telah ditetapkan dan aitem

yang gugur berjumlah 12 aitem dikarenakan aitem berada dibawah standar yang telah ditetapkan serta penggunaan bahasa yang tidak tepat dan juga susunan kalimat yang rumit.

2. Hasil Uji Relibilitas

Perhitungan reliabilitas dilakukan dengan bantuan SPSS. Suatu item instrumen dapat dikatakan ajeg, handal (re;iable) apabila memiliki koefisien reliabilitas berkisar mulai 0.0 sampai dengan 1.0 akan tetapi koefisien sebesar 1.0 dan sekecil 0,0 belum pernah dijumpai (Azwar, 2004:9). Semakin tinggi koefisien reliabilitas mendekati angka 1,0 maka semakin tinggi reliabilitasnya. Sebaliknya semakin rendah mendekati angka 0 maka semakin rendah reliabilitasnya (Arikunto, 2002:171). Uji reliabilitas menggunakan rumus alpha Cronbach yang dibantu dengan program *computer SPSS (Statistic Product And Service Solution) for windows ver 16,0*.

Hasil uji pada skala perilaku konsumtif adalah 0,909, setelah menghilangkan beberapa aitem yang gugur koefisien reliabilitas menjadi 0,913. Pada skala konformitas hasil uji reliabilitas awal menunjukan hasil 0,903, setelah beberapa aitem gugur dibuang koefisien reliabilitas menjadi 0,906. Sedangkan untuk skala kontrol diri hasil uji reliabilitas adalah 0,840, setelah aitem gugur dibuang koefisien reliabilitasnya adalah 0,838.

Berdasarkan perhitungan statistik dengan menggunakan bantuan statistik, maka ditemukan nilai alpha dari ketiga variabel sebagai berikut:

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Ketiga Skala

Skala	Alpha	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0,913	Reliable
Konformitas	0,906	Reliabel
Kontrol Diri	0,838	Reliabel

3. Hasil Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Pada analisis regresi linier berganda, data yang digunakan adalah data yang berdistribusi normal. Hipotesis yang digunakan dalam pengujian adalah:

H_0 : Sebaran data berdistribusi normal

H_a : Sebaran data tidak berdistribusi normal

Untuk menguji asumsi ini, digunakan metode Kolmogorov-Smirnov.

Kriteria pengujian yang digunakan adalah tolak H_0 jika nilai Signifikansi $< 0,05$, dan sebaliknya terima H_0 jika nilai Signifikansi $\geq 0,05$.

Tabel 4.6
Uji Normalitas

Statistik Uji Kolmogorov-Smirnov	Signifikansi	Keterangan
0,822	0,509	Menyebar Normal

Berdasarkan pengujian Kolmogorov-Smirnov, diperoleh signifikansi sebesar 0,509 dimana nilai yang diperoleh lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Oleh karena nilai signifikansi lebih besar daripada $\alpha = 0,05$ maka diputuskan terima H_0 dan disimpulkan bahwa data telah menyebar normal, sehingga disimpulkan asumsi normalitas telah terpenuhi.

b. Uji Multikolinearitas

Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Factor (VIF)*. Apabila nilai $VIF \geq 10$ maka menunjukkan adanya multikolinieritas. Apabila sebaliknya $VIF < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Nilai VIF pada hasil regresi tersaji pada tabel berikut.

Tabel 4.7
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel Independen	VIF	Keterangan
X1	1,025	Non Multikolinieritas
X2	1,025	Non Multikolinieritas

Dari hasil perhitungan yang ada di tabel 4.7 dapat diketahui bahwa hasil perhitungan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* variabel independen bernilai kurang dari 10. Sehingga, disimpulkan bahwa tidak ada multikolinearitas antar variabel independen dalam

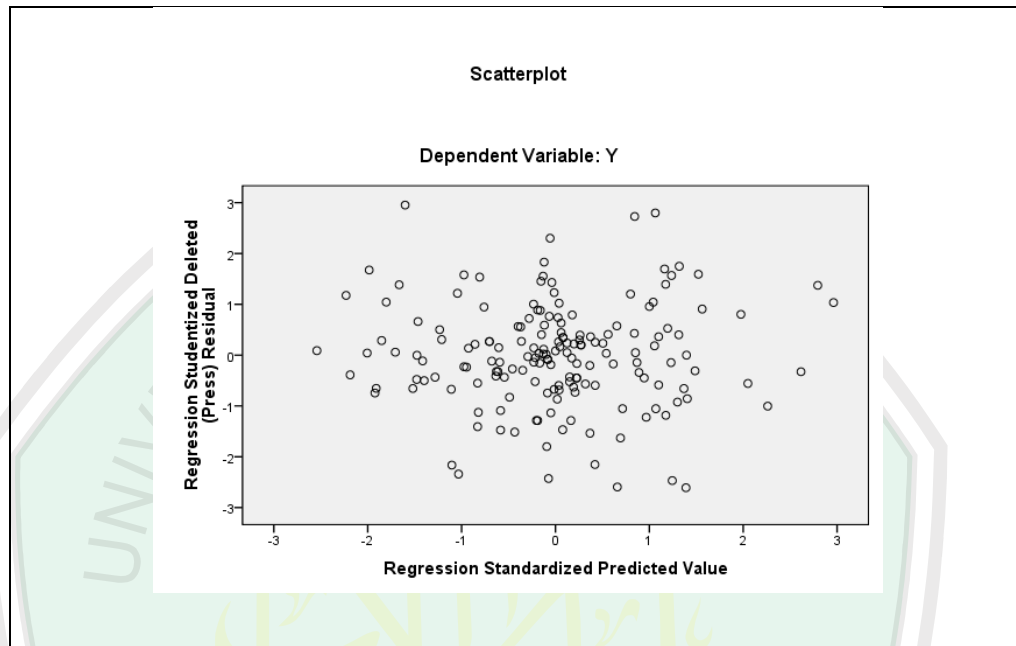
model regresi penelitian ini dan asumsi multikolinieritas telah terpenuhi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah variabel-variabel model regresi memiliki ragam (*variance*) residual sama atau tidak. Model regresi yang baik adalah model yang memiliki ragam residual sama (bersifat homoskedastisitas).

Cara untuk menguji homoskedastisitas adalah dengan melihat plot antara nilai prediksi variabel terikat (*dependent*) (ZPRED) dengan residualnya (SDRESID). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas (asumsi tidak terpenuhi). Sedangkan, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (asumsi terpenuhi).

Gambar 4.1
Uji Asumsi Heteroskedastisitas



Dari hasil *scatterplot* pada Gambar 4.1, terlihat titik-titik menyebar secara acak. Sehingga disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dan asumsi telah terpenuhi.

d. Autokorelasi

Pada analisis regresi diharapkan bahwa tidak terdapat autokorelasi antar sisaan. Untuk menguji ada tidaknya autokorelasi, digunakan statistik uji Durbin-Watson. Kriteria pengujian ini dilakukan sebagai berikut:

$d_L < d < d_U$: tidak dapat disimpulkan (*inconclusive*)

$d_U < d < 4 - d_U$: tidak ada autokorelasi

$4 - d_U < d < 4 - d_L$: tidak dapat disimpulkan (*inconclusive*)

di mana d_L dan d_U diperoleh dari tabel Durbin-Watson.

Hasil uji Durbin-Watson adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	d_L	d_U	$4 - d_L$	$4 - d_U$	Keterangan
1,666	1,598	1,651	2,402	2,398	Tidak terdapat autokorelasi antar sisaan

Berdasarkan pengujian Durbin-Watson di atas, diperoleh $d = 1,666$. Pada tabel Durbin-Watson untuk $n = 169$ diperoleh $d_L = 1,598$ dan $d_U = 1,651$ sehingga $d_U = 1,651$ dan $4 - d_U = 2,398$ dan diperoleh $1,651 < 1,666 < 2,398$. Oleh karena itu disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi antar sisaan dan asumsi autokorelasi terpenuhi.

4. Hasil Analisis Deskriptif

a. Deskripsi Perilaku Konsumtif

Penentuan norma penilaian dilakukan setelah mean dan standar deviasi diketahui. Berikut norma penilaian yang diperoleh:

Tabel 4.9
Kategorisasi Penelitian

Klasifikasi	Skor
$(M + 1.SD) < x$	Tinggi
$(M - 1.SD) \leq x \leq (M + 1.SD)$	Sedang
$x < (M - 1.SD)$	Rendah

Tabel 4.10
Mean dan Standar Deviasi Perilaku Konsumtif

Variabel	Mean	Standar Deviasi
Perilaku Konsumtif	67,5	13,5

Setelah diketahui mean dan standar deviasi, kemudian data dibagi menjadi bagian kategorisasi yaitu tinggi, sedang dan rendah.

Kriteria pengkategorian didapatkan sebagai berikut:

Tabel 4.11
Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Nilai	Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
$X \geq 81$	Tinggi	3 Mahasiswi	1,8%
$54 \leq X < 81$	Sedang	93 Mahasiswi	55,0%
$X < 54$	Rendah	73 Mahasiswi	43,2%
Jumlah		169	100%

Tabel 4.12
Kategorisasi Perilaku Konsumtif Per-Fakultas

Fakultas	Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
Tarbiyah	Rendah	48 Mahasiswa	28.4%
Syariah	Rendah	17 Mahasiswa	10%
Humaniora	Rendah	9 Mahasiswa	5,3%
	Sedang	12 Mahasiswa	7,1%
Psikologi	Sedang	16 Mahasiswa	9,5%
Ekonomi	Sedang	25 Mahasiswa	15%
Saintek	Tinggi	3 Mahasiswa	1,7%
	Sedang	39 Mahasiswa	23%
Jumlah		169	100%

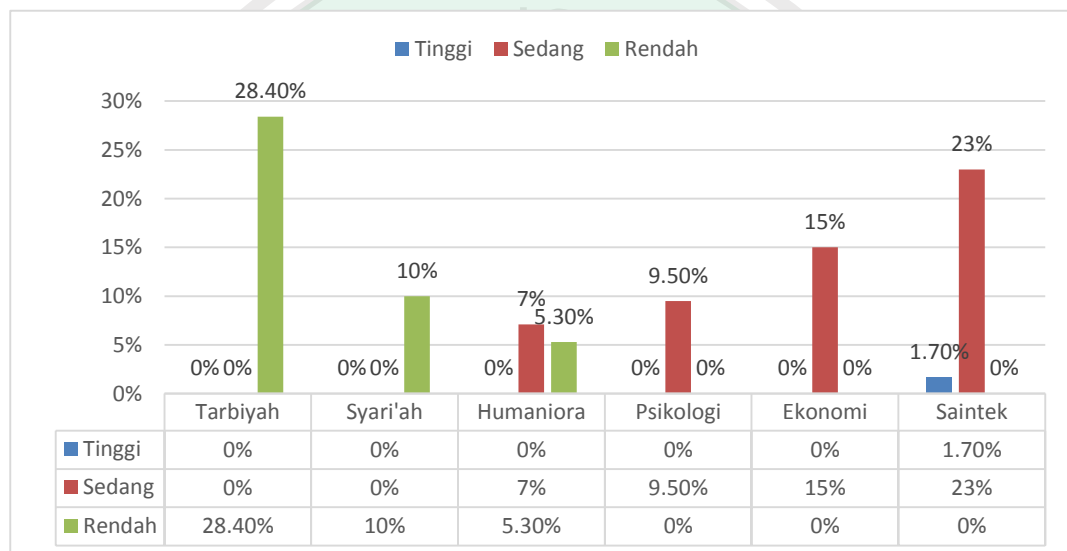
Gambar 4.2
Diagram Kategorisasi Tingkat Perilaku Konsumtif



Berdasarkan diagram diatas dan tabel 4.2, menunjukkan bahwa frekuensi dan prosentase tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013 menunjukkan dari 169 mahasiswa, 3 mahasiswa (1,8%) memiliki perilaku konsumtif tinggi, 93

mahasiswi (55,0%) memiliki perilaku konsumtif sedang, dan 73 mahasiswi (43,2%) memiliki perilaku konsumtif rendah. Prosentase tertinggi terletak pada perilaku konsumtif kategori sedang.

Gambar 4.3
Grafik Perilaku Konsumtif



Dari hasil gambar 4.3, bisa dilihat bahwa mayoritas perilaku konsumtif mahasiswi dalam kategori sedang atau tidak stabil, dan fakultas yang memiliki perilaku konsumtif dalam taraf sedang yaitu Fakultas Humaniora, Psikologi, Ekonomi, Saintek, sedangkan Fakultas Tarbiyah dan Syariah berada dalam kategori rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif subjek masih dalam kategori sedang.

b. Deskripsi Konformitas

Penentuan norma penilaian dilakukan setelah mean dan standar deviasi diketahui. Berikut norma penilaian yang diperoleh:

Tabel 4.13
Kategorisasi Penelitian

Klasifikasi	Skor
$(M + 1.SD) < x$	Tinggi
$(M - 1.SD) \leq x \leq (M + 1.SD)$	Sedang
$x < (M - 1.SD)$	Rendah

Tabel 4.14
Mean dan Standar Deviasi Konformitas

Variabel	Mean	Standar Deviasi
Konformitas	57,5	14,2

Setelah diketahui mean dan standar deviasi, kemudian data dibagi menjadi bagian kategorisasi yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Kriteria pengkategorian didapatkan sebagai berikut:

Tabel 4.15
Kategorisasi Konformitas

Nilai	Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
$X \geq 72$	Tinggi	1 Mahasiswi	0,6%
$43,3 \leq X < 72$	Sedang	117 Mahasiswi	69,2%
$X < 43,3$	Rendah	51 Mahasiswi	30,2%
Jumlah		169	100%

Tabel 4.16
Kategorisasi Perilaku Konformitas Per-Fakultas

Fakultas	Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
Tarbiyah	Rendah	48 Mahasiswi	28,4%
Syariah	Rendah	3 Mahasiswi	2%
	Sedang	14 Mahasiswi	8%
Humaniora	Sedang	21 Mahasiswi	12,4%
Psikologi	Sedang	16 Mahasiswi	9,5%
Ekonomi	Sedang	25 Mahasiswi	14,8%
Saintek	Tinggi	1 Mahasiswi	0,6%
	Sedang	41 Mahasiswi	24,3%
Jumlah		169	100%

Gambar 4.4
Diagram Kategorisasi Tingkat Konformitas

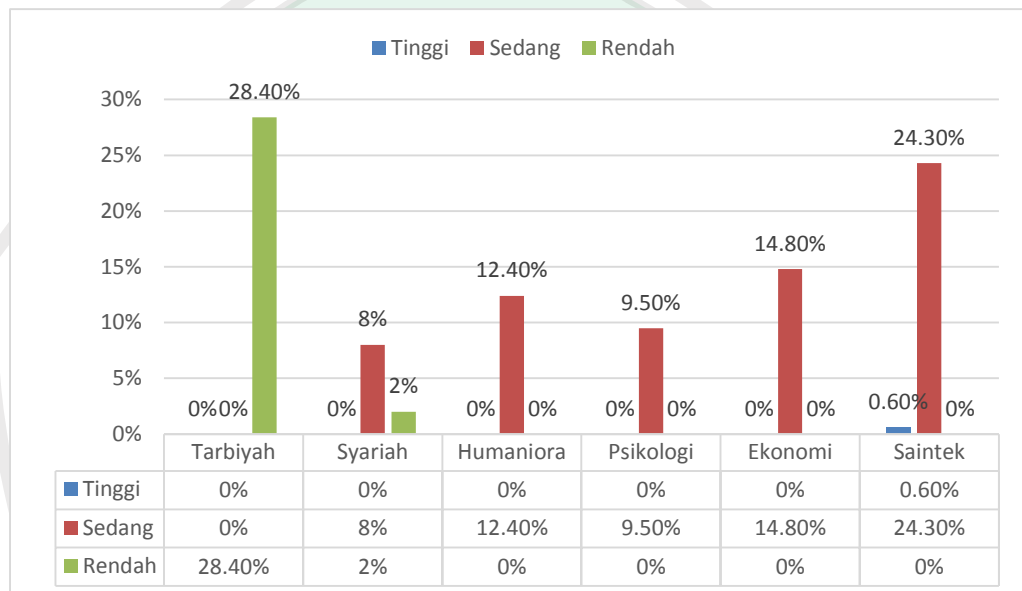


Berdasarkan gambar 4.4, menunjukkan bahwa frekuensi dan prosentase tingkat konformitas pada mahasiswi UIN Malang angkatan 2013 menunjukkan 169 mahasiswi, 1 mahasiswi (0,6%) memiliki konformitas tinggi, 117 mahasiswi (69,2%) memiliki konformitas

sedang, dan 51 mahasiswi (30,2%) memiliki konformitas rendah.

Prosentase tertinggi terletak pada kategori konformitas sedang.

Gambar 4.5
Grafik Konformitas



Dari hasil gambar grafik 4.5, bisa dilihat bahwa mayoritas konformitas mahasiswi dalam kategori sedang atau tidak stabil, dan fakultas yang berada dalam konformitas sedang yaitu Fakultas Syariah, Humaniora, Psikologi, Ekonomi, dan Saintek, sedangkan untuk Fakultas Tarbiyah berada dalam kategori rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa konformitas subjek masih dalam kategori sedang.

c. Deskripsi Kontrol Diri

Penentuan norma penilaian dilakukan setelah mean dan standar deviasi diketahui. Berikut norma penilaian yang diperoleh:

Tabel 4.17
Kategorisasi Penelitian

Klasifikasi	Skor
$(M + 1.SD) < x$	Tinggi
$(M - 1.SD) \leq x \leq (M + 1.SD)$	Sedang
$x < (M - 1.SD)$	Rendah

Tabel 4.18
Mean dan Standar Deviasi Kontrol Diri

Variabel	Mean	Standar Deviasi
Konformitas	45	9

Setelah diketahui mean dan standar deviasi, kemudian data dibagi menjadi bagian kategorisasi yaitu tinggi, sedang dan rendah.

Kriteria pengkategorian didapatkan sebagai berikut:

Tabel 4.19
Kategorisasi Kontro Diri

Nilai	Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
$X \geq 54$	Tinggi	116 Mahasiswi	52,7%
$36 \leq X < 54$	Sedang	52 Mahasiswi	46,7%
$X < 36$	Rendah	1 Mahasiswi	0,6%
Jumlah		169	100%

Tabel 4.20
Kategorisasi Kontrol Diri Per-Fakultas

Nilai	Kategorisasi	Frekuensi	Prosentase
Tarbiyah	Tinggi	48 Mahasiswi	28,4%
Syariah	Tinggi	17 Mahasiswi	10%
Humaniora	Tinggi	21 Mahasiswi	12,4%
Psikologi	Sedang	16 Mahasiswi	9,5%
Ekonomi	Tinggi	5 Mahasiswi	3%
	Sedang	20 Mahasiswi	11,8%
Saintek	Tinggi	10 Mahasiswi	6%
	Sedang	31 Mahasiswi	18,3%
	Rendah	1 Mahasiswi	0,6%
Jumlah		169	100%

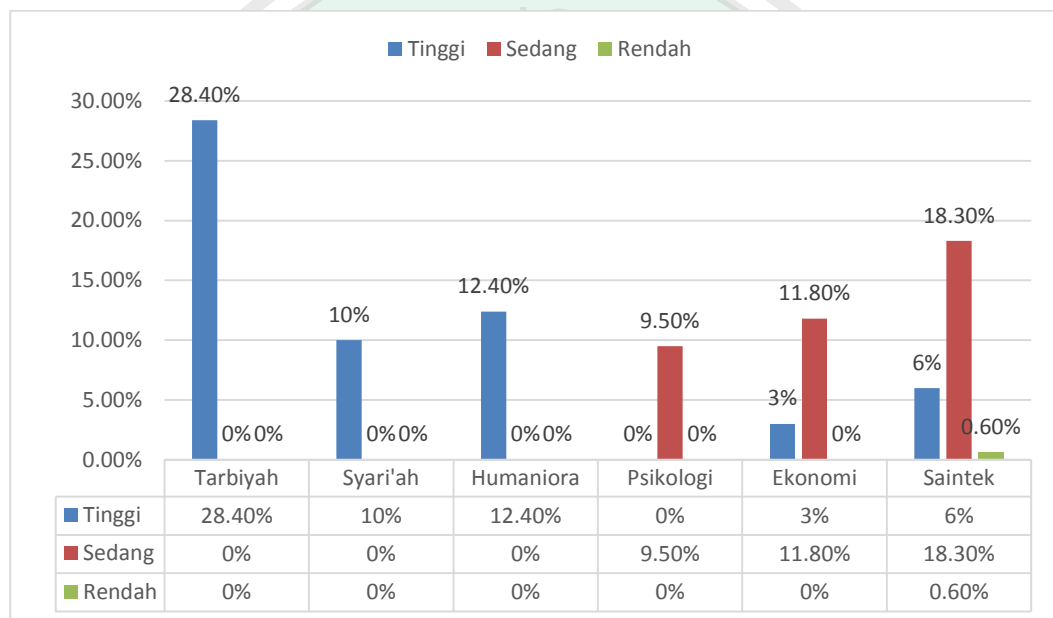
Gambar 4.6
Diagram Kategorisasi Tingkat Kontrol Diri



Berdasarkan gambar diagram 4.6, menunjukkan bahwa frekuensi dan prosentase tingkat kontrol diri pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013, menunjukkan dari 169 mahasiswi, 89 mahasiswi (52,7%) memiliki kontrol diri tinggi, 79 mahasiswi

(46,7%) memiliki kontrol diri sedang, dan 1 mahasiswi (0,6%) memiliki kontrol diri rendah. Prosentase tertinggi terletak pada kontrol diri tinggi.

Gambar 4.7
Grafik Kontrol Diri



Dari hasil gambar grafik 4.7, bisa dilihat bahwa mayoritas kontrol diri mahasiswi dalam kategori tinggi, dan fakultas yang memiliki prosentase dalam kategori tinggi yaitu Fakultas Tarbiyah, Syariah, Humaniora, sedangkan Fakultas Psikologi, Ekonomi, dan Saintek dalam kategori rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa kontrol diri subjek masih dalam kategori tinggi.

C. Uji Hipotesis

1. Analisis Hasil Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berfungsi untuk menganalisis hubungan dan pengaruh antara satu variabel terikat terhadap dua/lebih

variabel bebas. Pada penelitian ini dilakukan analisis regresi linier berganda antara variabel-variabel berikut ini: Konformitas (X_1), dan Kontrol Diri (X_2) terhadap Perilaku Konsumtif (Y). Dari hasil pengolahan data penelitian, didapatkan hasil yang telah dirangkum dalam tabel 4.21 berikut;

Tabel 4.21
Ringkasan Hasil Analisis Regresi Berganda

Variabel	B	T	Signifikansi	Keterangan
Konstanta	44,661			
Konformitas	0,290	3,282	0,001	Tidak Signifikan
Kontrol Diri	-0,038	-0,323	0,747	Tidak Signifikan
α : 0,05 R : 0,254 R Square : 0,065 F-Hitung : 5,744 Sig. F : 0,004				

Adapun persamaan regresi yang didapatkan berdasarkan tabel 4.21 adalah sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 44,661 + 0,290X_1 - 0,038X_2$$

Dari persamaan tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

b_1 = Koefisien regresi variabel Konformitas (X_1) sebesar 0,290 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel inidan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki hubungan yang searah. Apabila ada

peningkatan skala Konformitas dari responden maka cenderung akan terjadi peningkatan Perilaku Konsumtif dengan asumsi variabel yang lain dianggap tetap.

b_2 = Koefisien regresi variabel Kontrol Diri (X_2) sebesar -0,038 memiliki tanda negatif yang menunjukkan bahwa variabel ini dan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki hubungan yang searah. Apabila ada peningkatan skala Kontrol Diri dari responden maka cenderung akan terjadi penurunan pada Perilaku Konsumtif dengan asumsi variabel yang lain dianggap tetap.

Besarnya nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,254 hal ini menunjukkan bahwa besarnya hubungan konformitas, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Kemudian R^2 (R square) sebesar 0,065 (6,5%), hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen (konformitas, kontrol diri) mampu menjelaskan 6,5% keragaman variabel Perilaku Konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 93,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Model regresi yang telah didapatkan diuji terlebih dahulu baik secara simultan dan secara parsial, Pengujian model regresi secara simultan dilakukan dengan menggunakan uji F atau ANOVA dan pengujian model regresi secara parsial dilakukan dengan uji t .

Pengujian secara simultan dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel bebas yang terdiri dari Konformitas (X_1), dan Kontrol Diri

(X_2) memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan terhadap variabel terikat Perilaku Konsumtif (Y). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai signifikansi dengan α (5%). Semua variabel tersebut diuji secara serentak dengan menggunakan uji F atau ANOVA, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

2. Uji F

Hipotesis yang digunakan dalam pengujian koefisien model regresi secara simultan disajikan Tabel 4.22 berikut

Tabel 4.22
Uji Hipotesis Model Regresi Secara Simultan

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_i = 0$ (tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y) $H_a : \beta_i \neq 0$ (terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel X_1 dan X_2 terhadap variabel Y) $\alpha = 0,05$	$F = 5,744$ $sig = 0,747$	H_0 ditolak, H_a diterima

Tabel 4.22 diatas diperoleh F_{hitung} sebesar 5,744 dan signifikansi sebesar 0,004. Signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari alpha (α) = 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel konformitas (X_1), dan kontrol Diri (X_2) terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

3. Uji t

Pengujian model regresi secara parsial digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independen pembentuk model regresi secara individu memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y atau tidak. Untuk menguji hubungan tersebut adalah dengan membandingkan nilai signifikansi dengan α (5%). Variabel independen pembentuk model regresi dikatakan berpengaruh signifikan jika *signifikan* $< 0,05$. Pengujian model regresi secara parsial pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Variabel Konformitas (X_1)

Berdasarkan Tabel 4.21, pengujian hipotesis koefisien regresi variabel Konformitas (X_1) dapat dituliskan dalam tabel 4.23;

Tabel 4.23
Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel X_1

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_1 \neq 0$ (variabel X_1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $H_a : \beta_1 = 0$ (variabel X_1 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $\alpha = 0,05$	$sig = 0,001$	H_0 ditolak, H_a diterima

Variabel X_1 memiliki koefisien regresi sebesar 0,290 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,001. Nilai statistik uji *signifikan* lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, dan dapat disimpulkan bahwa variabel konformitas (X_1) berpengaruh signifikan

terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

b. Variabel Kontrol Diri (X₂)

Berdasarkan Tabel 4.21, pengujian hipotesis koefisien regresi variabel Kontrol Diri (X₂) dapat dituliskan dalam tabel 4.24:

Tabel 4.24
Uji Hipotesis Koefisien Regresi Variabel X₂

Hipotesis	Nilai	Keputusan
$H_0 : \beta_2 = 0$ (variabel X ₂ tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $H_a : \beta_2 \neq 0$ (variabel X ₂ berpengaruh signifikan terhadap variabel Y) $\alpha = 0,05$	$sig = 0,747$	H ₀ diterima, H _a ditolak

Variabel X₂ memiliki koefisien regresi sebesar -0,038 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,747. Nilai statistik uji *signifikan* lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H₀ diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel kontrol diri (X₂) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif (Y).

4. Hasil Uji Dominan

Untuk menentukan variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel Y, dapat dilakukan dengan membandingkan koefisien regresi *standardized* (β) antara variabel yang satu dengan yang lain. Variabel independen yang paling dominan pengaruhnya terhadap variabel

Y adalah variabel yang memiliki koefisien regresi *standardized* yang paling besar.

Untuk membandingkan koefisien regresi masing-masing variabel independen, disajikan tabel peringkat sebagai berikut:

Tabel 4.25
Ringkasan Hasil Analisis Regresi

No.	Variabel	Koefisien <i>standardized</i> (Beta)
1.	X ₁	0,249
2.	X ₂	-0,025

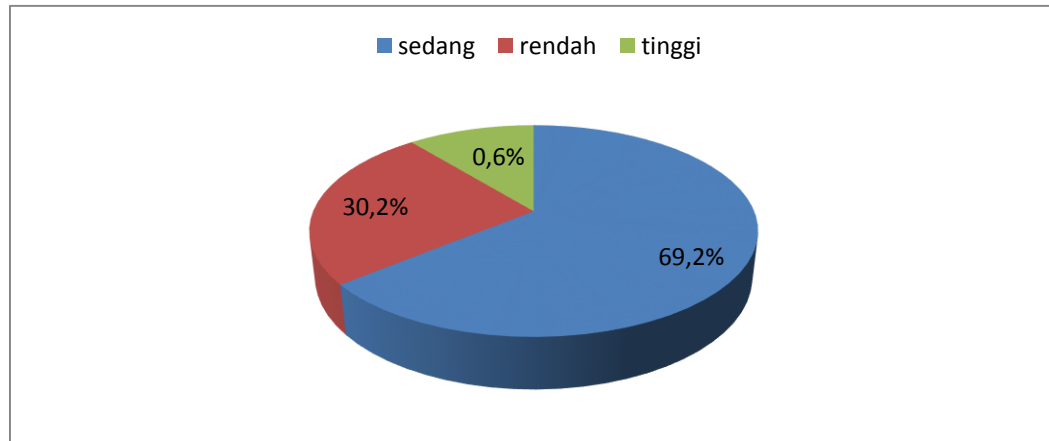
Berdasarkan pada tabel 4.25 tersebut, variabel konformitas (X₁) adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar (koefisien yang bernilai negatif hanya merupakan arah). Artinya, variabel Y lebih banyak dipengaruhi oleh variabel konformitas (X₁) daripada variabel kontrol diri (X₂).

D. Pembahasan Hasil Penelitian

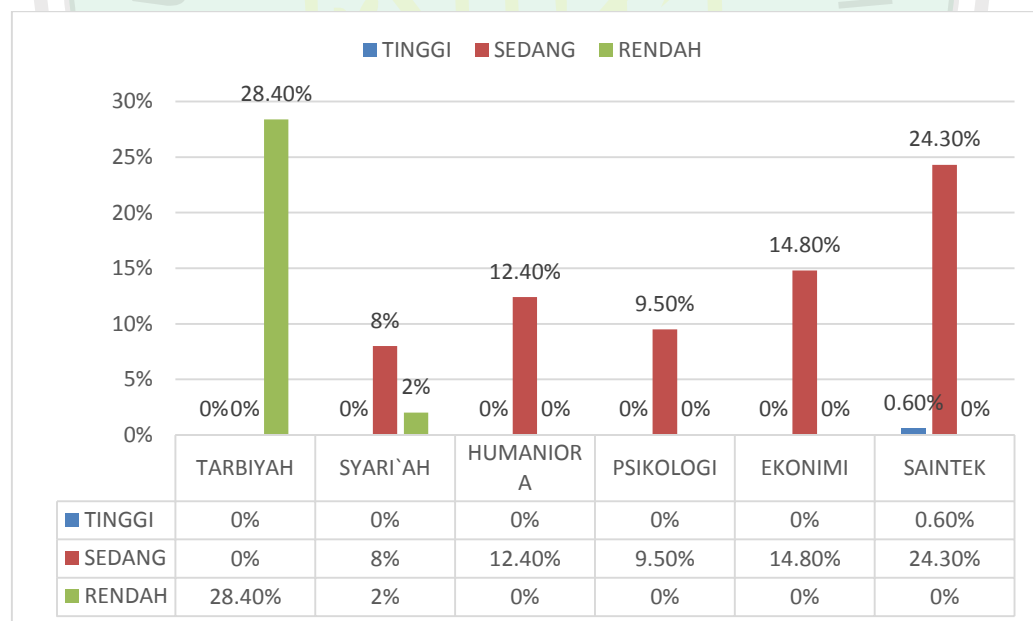
1. Tingkat Konformitas, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif

Dalam penelitian ini diperoleh beberapa hasil sesuai dengan rumusan masalah serta tujuan penelitian yang telah dijelaskan pada bab 1. Tingkat konformitas mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013 berada pada taraf sedang, dan fakultas yang memiliki konformitas dalam taraf sedang yaitu Fakultas Humaniora, Psikologi, Ekonomi, dan Saintek. Berikut diagram dan grafik hasil pengukuran tingkat konformitas:

Gambar 4.8
Diagram Kategorisasi Tingkat Konformitas



Gambar 4.9
Grafik Perilaku Konformitas



Berdasarkan gambar diagram 4.8 dan grafik 4.9, menunjukkan sebagian besar mahasiswi UIN Malang angkatan 2013 memiliki tingkat konformitas yang bertaraf sedang yaitu 69,2%. Namun, tak sedikit juga yang memiliki tingkat konformitas yang rendah sebesar 30,2% dari 169 subyek dalam penelitian ini. Sedangkan hanya sebanyak 0,6% memiliki

tingkat konformitas yang tinggi artinya hanya 1 dari 169 responden yang memiliki tingkat konformitas tinggi, dan 117 responden memiliki tingkat konformitas sedang, dan 51 responden memiliki tingkat konformitas rendah.

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, konformitas mahasiswi UIN Maliki Malang terbelah sedang atau tidak stabil, dimana terdapat 5 dari 6 fakultas dalam kategori sedang yaitu fakultas syariah, humaniora, psikologi, ekonomi, saintek, sedangkan tarbiyah dalam kategori rendah. Konformitas diperlukan bagi mahasiswi setiap jurusan untuk bisa menyesuaikan diri dan bersosialisasi dengan lingkungan mereka, serta untuk menunjang pekerjaan mereka mendatang, karena pada dasarnya setiap pekerjaan diperlukan kemampuan untuk bersosialisasi dengan baik sehingga individu dapat diterima dan merasa nyaman ditempat kerjanya, dengan catatan harus disertai dengan kontrol diri yang baik sehingga seorang individu bisa berfikir dan bertindak agar tidak terjerumus ke pergaulan atau tindakan yang dapat merugikan dirinya.

Dari hasil analisis model regresi secara parsial diketahui terdapat pengaruh signifikan antara variabel konformitas X_1 terhadap variabel perilaku konsumtif Y . Variabel X_1 memiliki koefisien regresi sebesar 0,290 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,001. Nilai statistik uji *signifikan* lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak, dan H_a diterima, dan dapat disimpulkan bahwa variabel konformitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif (Y).

Berdasarkan analisis data yang telah diketahui terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa antara konformitas dan perilaku konsumtif terdapat korelasi positif yang signifikan dengan hasil sebesar 0,290 (dengan $p < 0,05$). Hal ini menunjukkan semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada mahasiswi, dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada mahasiswi.

Baron, Byrne, dan Branscombe (2008), konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Sarwono dan Meinarno, 2002:106). Konformitas tidak hanya sekedar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh bagaimana mereka bertindak. Konformitas adalah bertindak atau berpikir secara berbeda dari tindakan dan pikiran yang biasa kita lakukan oleh kita sendiri. Oleh karena itu, konformitas (*conformity*) adalah perubahan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain (Myers, 2012:252).

Berdasarkan nilai korelasi yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif, dapat diungkapkan bahwa 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 Cialdini, & Goldstein (2004) menyatakan, bahwa kebanyakan remaja sering suka mengenakan *trend* busana seperti orang lain dalam kelompok sosial mereka (Sears, Peplau, & Taylor, 2009:253). Pada penelitian Fitriani, Widodo, dan Fauziah (2013) yang menghasilkan bahwa, munculnya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam penelitian tersebut disebabkan pada hakikatnya konformitas merupakan faktor eksternal yang berperan dalam menentukan munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswi kos. Interaksi intensif yang terjadi di kos membuat satu sama lain saling mempengaruhi, dan memungkinkan teman kos menjadi kelompok referensi bagi mahasiswi. Salah satu faktor yang mempengaruhi tingginya perilaku konsumtif adalah kelompok referensi. Schiffman dan Kanuk (2004), menjelaskan bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh kuat karena merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan nilai, informasi, dan menyediakan petunjuk dalam melakukan konsumsi.

Remaja adalah masa mulai mencari identitas diri, sehingga seseorang yang berada dalam masa remaja akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif (Cita, David, & Pali, 2015). Salah satu pengaruh teman sebaya bagi remaja adalah dalam hal perilaku membeli. Bagi remaja, penerimaan teman sebaya menjadi hal yang penting. Hal ini tidak

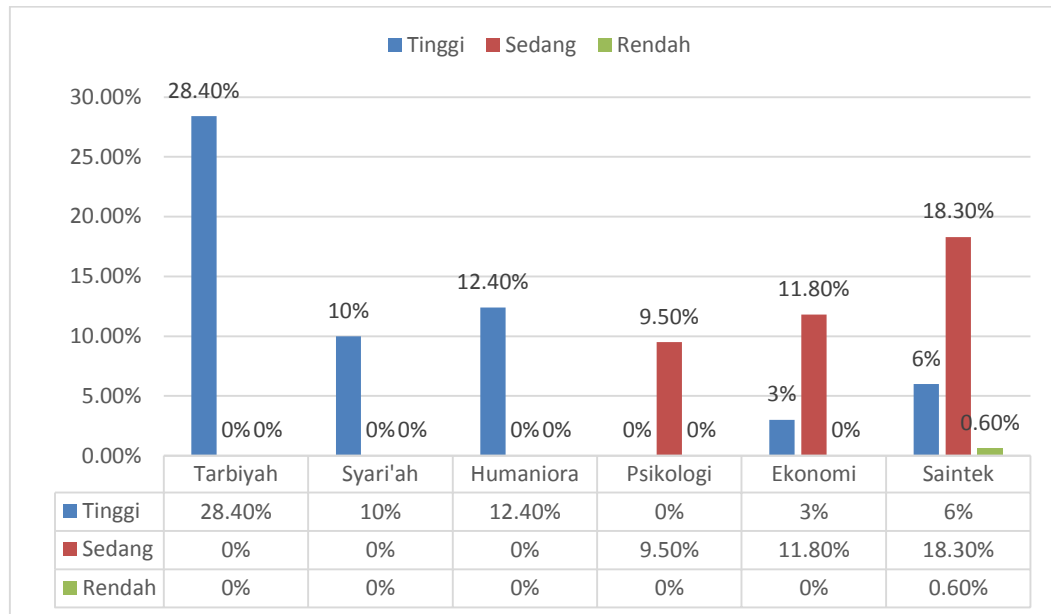
terlepas dari keinginan remaja untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan teman-temanya dan agar dapat diterima sebagai bagian dari kelompok. Sebagai contoh remaja yang ingin mengikuti *trend mode* pakaian seperti yang dipakai teman-teman sebayanya, remaja tersebut terdorong untuk berperilaku konsumtif karena mereka ingin agar penampilan mereka sama dengan teman sebaya dan diterima sebagai bagian dari kelompok.

Tingkat kontrol diri mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 pada taraf Tinggi, dan fakultas yang memiliki kontrol diri dalam taraf tinggi yaitu Fakultas Tarbiyah, Syariah, dan Humaniora. Berikut diagram dan grafik hasil pengukuran tingkat kontrol diri:

Gambar 4.10
Diagram Kategorisasi Tingkat Kontrol Diri



Gambar 4.11
Grafik Kontrol Diri



Berdasarkan gambar diagram 4.10 dan grafik 4.11, menunjukkan sebagian besar mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 memiliki tingkat kontrol diri yang bertaraf tinggi yaitu 52,7%. Namun, tak sedikit juga yang memiliki tingkat kontrol diri yang sedang sebesar 46,7% dari 169 subyek dalam penelitian ini. Sedangkan hanya sebanyak 0,6% memiliki tingkat kontrol diri yang rendah artinya hanya 1 dari 169 responden yang memiliki tingkat kontrol diri rendah, dan 89 responden memiliki tingkat konformitas tinggi, dan 79 responden memiliki tingkat kontrol diri sedang.

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, kontrol diri mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 terbilang tinggi, dimana terdapat 3 dari 6 fakultas dalam kategori tinggi yaitu fakultas Tarbiyah,

Syariah, Humaniora, sedangkan Psikologi, Ekonomi, dan Saintek berada dalam kategori sedang. Kontrol diri mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 tergolong tinggi dikarenakan, selain mempelajari ilmu umum juga mempelajari ilmu-ilmu agama yang seharusnya tingkat religiusnya baik, serta mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 termasuk dalam kategori remaja akhir dimana kemampuan mengontrol diri mahasiswi yang berkembang seiring bertambahnya usia. Kontrol diri diperlukan bagi setiap individu disetiap jurusan untuk bisa menngontrol diri agar dapat berfikir secara realistis dan bisa mengendalikan dirinya dalam setiap mengambil keputusan maupun tindakan dalam kehidupan yang mereka jalani.

Dari hasil analisis model regresi secara parsial diketahui tidak terdapat pengaruh signifikan anatar varaibel X_2 terhadap variable Y. Variabel X_2 memiliki koefisien regresi sebesar -0,038 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,747. Nilai statistik uji *signifikan* lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa H_0 diterima, dan H_a ditolak dan dapat disimpulkan bahwa varabel kontroldiri (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel perilaku konsumtif.

Hasil analisis dengan menggunakan regresi linear berganda dengan koefisien regresi sebesar -0,038 (dengan $p < 0,05$) memiliki tanda *negative* yang menunjukkan bahwa variabel kontrol diri (X_1) dan perilaku konsumtif (Y) memiliki hubungan searah. Apabila ada peningkatan skala

kontrol diri dari responden maka cenderung akan terjadi penurunan pada perilaku konsumtif dengan asumsi varabel lain dianggap tetap.

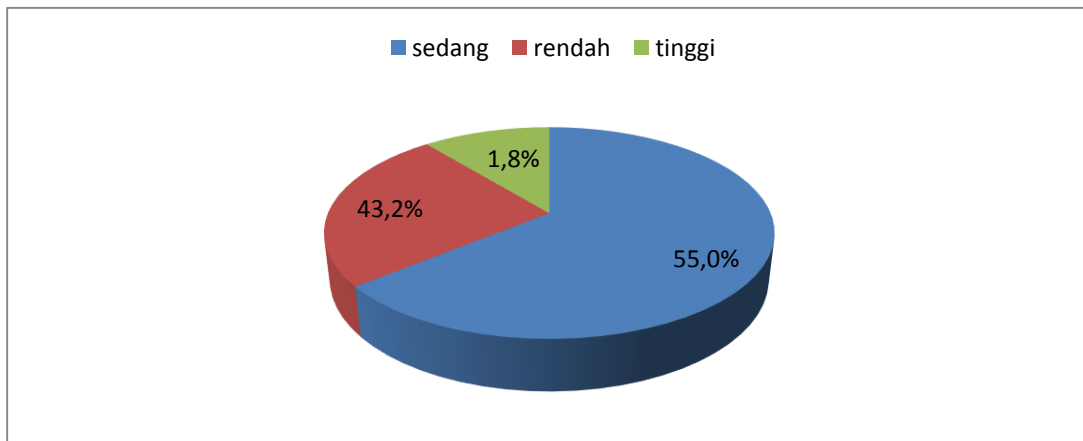
Goldfried, dan Merbaum mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu kearah konsekuensi positif. Kontrol diri juga menggambarkan keputusan individu yang melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun untuk meningkatkan hasil dan tujuan tertentu seperti yang diinginkan (Ghufron, & Risnawati, 2011: 22). Remaja dengan kontrol diri yang rendah akan mendorong remaja untuk berperilaku konsumtif, dan sebaliknya remaja yang memiliki kontrol diri yang tinggi mereka memiliki kemampuan mengontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur, mengarahkan bentuk perilaku yang membawa individu kearah konsekuensi positif, dan terhindar dari perilaku konsumtif (Ghufron, & Risnawati, 2011). Penelitian Anggreini, & Mariyanti (2014) menemukan terdapat tiga tingkatan dalam kotrol diri remaja yaitu kontrol diri kuat, sedang, dan lemah. Mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang lemah adalah mahasiswi yang tidak bisa mengendalikan emosi pada diri mereka sendiri, tidak bisa mencegah atau menjauhi ketika dihadapkan dengan stimulus yang tidak diinginkan dan membuat keputusan berdasarkan emosi sesaat bukan berdasarka sesuatu yang diyakini. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri lemah akan membuat keputusan membeli barang-barang berdasarkan merek dan

menarik perhatian tanpa adanya pertimbangan terlebih dahulu manfaat atau kebutuhannya sebagai mahasiswa. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri kuat adalah mahasiswa yang dapat mengelola situasi, emosi, perilaku dan bertindak rasional. Dengan demikian mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang kuat meskipun dihadapkan dengan stimulus berupa barang-barang yang bermerek atau menarik, mahasiswa dengan kontrol diri yang kuat tidak akan membeli barang-barang tersebut, namun akan membeli barang sesuai kebutuhan mahasiswi. Sedangkan yang termasuk dalam kategori sedang adalah mahasiswi yang mendapatkan stimulus yang tidak menyenangkan atau tidak diinginkan namun dapat menghadapi masalah tersebut.

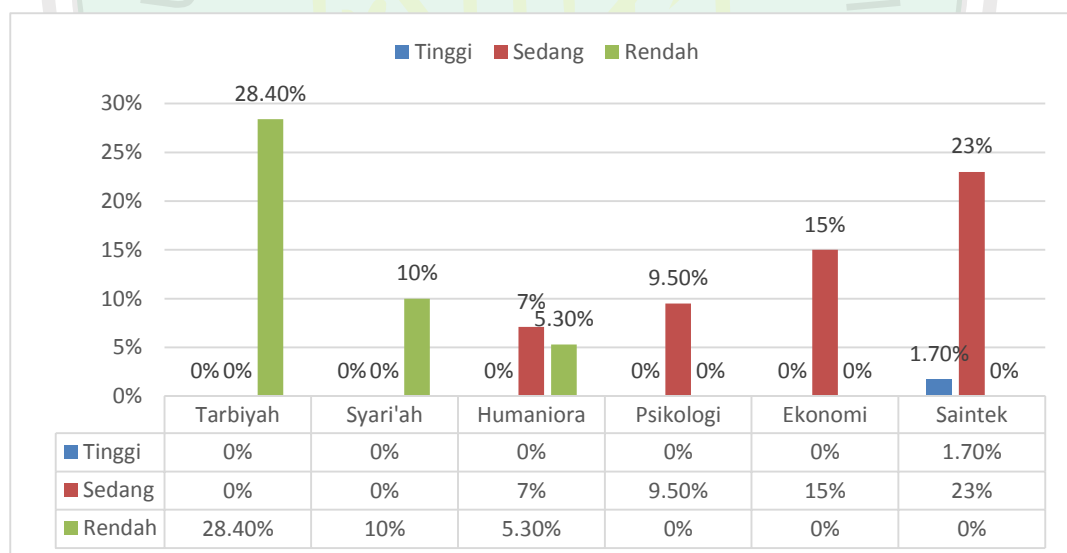
Kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan perkembangan usia. Salah satu tugas perkembangan yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok dari dirinya, kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa harus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam (hukuman) seperti yang dialami pada waktu anak-anak (Hurlock, 2003:29).

Tingkat perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 pada taraf sedang, dan fakultas yang memiliki perilaku konsumtif dalam taraf sedang yaitu Fakultas Humaniora, Psikologi, Ekonomi, dan Saintek. Berikut diagram dan grafik hasil pengukuran tingkat perilaku konsumtif:

Gambar 4.12
Diagram Kategorisasi Tingkat Perilaku Konsumtif



Gambar 4.13
Grafik tingkat Perilaku Konsumtif



Berdasarkan gambar diagram 4.12 dan grafik 4.13, menunjukkan sebagian besar mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 memiliki tingkat perilaku konsumtif yang bertaraf sedang yaitu 55,0%. Namun, tak sedikit juga yang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang rendah sebesar 43,2% dari 169 subyek dalam penelitian ini. Sedangkan hanya sebanyak 1,8% memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi artinya

hanya 3 dari 169 responden yang memiliki tingkat perilaku konsumtif tinggi, dan 93 responden memiliki tingkat perilaku konsumtif sedang, dan 73 responden memiliki tingkat perilaku konsumtif rendah, dan fakultas yang memiliki perilaku konsumtif dalam taraf sedang yaitu Fakultas Humaniora, Psikologi, Ekonomi, dan saintek. Hal ini mengindikasikan bahwa perilaku konsumtif subjek masih dalam kategori sedang.

Berdasarkan hasil analisis yang diperoleh, pengaruh perilaku konsumtif terhadap mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 terbilang sedang atau tidak stabil. Hal tersebut berarti perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 yang mengacu pada aspek dan faktor terkait tersebut bisa diseimbangkan dengan kebutuhan maupun kontrol diri subjek sehingga tidak menimbulkan pembelian tidak terencana, pembelian tidak rasional dan pemborosan yang berlebihan, serta mahasiswi UIN Maliki Malang yang notabnya belajar dikampus yang tidak hanya mempelajari ilmu umum tetapi juga ilmu agama, sehingga ilmu-ilmu yang diajarkan bisa menjadi pedoman bagi setiap individu agar bisa berfikir secara realistis, dan selalu bertindak sesuai dengan norma-norma agama. Namun tidak bisa dipungkiri juga jika hal tersebut juga bisa mengantarkan subjek kepada perilaku konsumtif yang tinggi jika tidak disertai dengan kontrol diri yang baik.

2. Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif

Ketertarikan peneliti terhadap konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 adalah adanya beberapa pendapat yang menyatakan bahwa mahasiswi (remaja akhir) cenderung berkonformitas dan kurang bisa mengontrol diri mereka. Sehingga dalam penelitian ini sesuai dengan hasil di atas dapat dinyatakan bahwa tingkat konformitas dan perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 berada pada taraf sedang, sedangkan untuk kontrol diri berada pada taraf tinggi.

Pembahasan pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 yang menggunakan program SPSS (*Statistic Product And Service Solution*) for windows ver 20 menunjukkan berdasarkan signifikansi $<0,05$, dapat dinyatakan konformitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 karena tingkat signifikan berada pada taraf 0,001 ($0,001 < 0,05$) dengan $R^2=0,290$ yang artinya konformitas mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 sebesar 29%. Menurut Zebua, dan Nurdjayadi (2001) kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu konsep diri mereka sebagai remaja dan tingkat konformitas terhadap kelompok teman sebaya. Serta sifat-sifat remaja

yang biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya, sifat-sifat inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Oleh karena itu salah satu dari pengaruh perilaku konsumtif pada remaja dipengaruhi oleh konformitas. Lebih lanjut menurut Baron, Byrne, & Branscombe (2008), suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial disebut sebagai konformitas, yang berarti konformitas tidak hanya sekedar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh bagaimana mereka bertindak.

Sedangkan untuk pengaruh kontrol diri (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) memiliki koefisien regresi sebesar -0,038 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,747. Nilai statistik uji *signifikan* lebih besar daripada $\alpha = 0,05$ dapat dinyatakan kontrol diri tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Dan terdapat korelasi *negative* yang signifikan. Semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif, dan semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Hurlock (2003), kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan perkembangan usia. Salah satu tugas perkembangan yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok dari dirinya kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa

harus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam (hukuman) seperti yang dialami pada waktu anak-anak. Dengan bertambahnya usia kemampuan mengontrol diri juga berkembang sehingga dengan berkembangnya tingkat kontrol diri akan mengurangi tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

Berdasarkan hasil uji Dominan variabel konformitas (X_1) adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar (koefisien yang bernilai negatif hanya merupakan arah). Artinya, variabel Y lebih banyak dipengaruhi oleh variabel konformitas (X_1) daripada variabel kontrol diri (X_2).

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan teknik regresi secara simultan di peroleh F_{hitung} sebesar 5,744 dan signifikansi sebesar 0,004. Signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

Sumbangan efektif yang dihasilkan dari perhitungan analisis linier berganda diperoleh nilai R Square sebesar 0,065. Ini berarti konformitas dan kontrol diri secara bersama-sama memberikan sumbangan pengaruh sebesar 6,5% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sisanya 93,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal ini mendukung pendapat yang dikemukakan oleh William J. Stanton

(1981:105) yang menyebutkan, terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yang pertama kekuatan sosial budaya, dan kedua faktor psikologis. Faktor kekuatan sosial budaya meliputi faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok acuan, faktor keluarga, dan faktor psikologis meliputi faktor pengalaman belajar, faktor kepribadian, faktor sikap dan keyakinan, serta konsep diri.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijawab dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tingkat Perilaku Konsumtif

Bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang Angkatan 2013 terdapat tiga kategori yang telah ditentukan yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Untuk tingkat kategori tinggi sebesar 1,8%, sedangkan pada kategori sedang sebesar 55,0%, dan kategori rendah sebesar 43, 2%. Maka dapat diketahui bahwa tingkat perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 berada dalam taraf sedang, sehingga menunjukkan bahwa masih cukup banyak mahasiswi yang memiliki perilaku konsumtif, dan fakultas yang memiliki perilaku konsumtif dalam taraf sedang yaitu Fakultas Humaniora, Psikologi, Ekonomi, dan Saintek.

2. Bahwa tingkat konformitas mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 terdapat tiga kategori yang telah ditentukan yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Untuk tingkat kategori tinggi sebesar 0,6%, kategori sedang sebesar 69%, dan kategori rendah sebesar 30,2%. Maka dapat diketahui bahwa tingkat konformitas mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 berada dalam taraf sedang, sehingga menunjukkan

bahwa cukup banyak mahasiswi yang melakukan konformitas, dan fakultas yang memiliki konformitas dalam taraf sedang yaitu Fakultas Humaniora, Psikologi, Ekonomi, dan Saintek.

3. Bahwa tingkat kontrol diri mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 terdapat tiga kategori yang telah ditentukan yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Untuk tingkat kategori tinggi sebesar 52,7%, kategori sedang 46,7%, dan kategori rendah 0,6. Maka dapat diketahui bahwa tingkat konformitas mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 berada dalam taraf tinggi, sehingga menunjukkan mahasiswi mempunyai kontrol diri tinggi, dan fakultas yang memiliki kontrol diri dalam taraf tinggi yaitu Fakultas Tarbiyah, Syariah, dan Humaniora.
4. Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil analisis yang diperoleh F_{hitung} sebesar 5,744 dan signifikansi sebesar 0,004. Signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari α (α) = 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel Konformitas (X_1), dan Kontrol Diri (X_2) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).
5. Variabel konformitas (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,290 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,001. Nilai statistik uji *signifikan* lebih kecil daripada α = 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa variabel Konformitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap

variabel Perilaku Konsumtif (Y).

6. Variabel kontrol diri (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar -0,038 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,747. Nilai statistik uji *signifikan* lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Pengujian ini menunjukkan bahwa variabel Kontrol Diri (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi remaja /Mahasiswi

Bagi remaja disarankan untuk mempertahankan dan tetap mengontrol perilaku membelinya agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperkuat kontrol diri dalam diri sehingga dapat mengontrol dan mengarahkan tindakanya kearah yang positif.

2. Bagi Universitas

Bagi uinversitas diharapkan dari penelitian ini, dapat bermanfaat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam memahami karakteristik remaja terutama pada proses pendewesaan serta bahanya perilaku konsumtif. Sehingga dapat meningkatkan kualitas pendidikan baik dalam segi intelektual, moral dan nilai.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Besarnya nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,254 hal ini menunjukkan bahwa besarnya hubungan konformitas, dan kontrol diri

terhadap perilaku konsumtif. Kemudian R^2 (R square) sebesar 0,065 (6,5%), hal ini menunjukkan bahwa prosentase pengaruh variabel independent (konformitas, kontrol diri) mampu menjelaskan 6,5% keragaman variabel perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 93,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sehingga diharapkan bagi peneliti selanjutnya hendaklah meneliti faktor-faktor lainnya yang menyebabkan perilaku konsumtif, yang belum dibahas dalam penelitian ini, serta dapat mempertimbangkan beberapa kelemahan dalam penelitian ini supaya lebih diperhatikan lagi sehingga pada penelitian selanjutnya kelemahan dan kekurangan tersebut dapat diperbaiki.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini. R & Mariyanti.(2014). Hubungan antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*. Volume 12 (1), 34-42.
- Azwar, Saifudin. (2008). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifudin. (2007). *Dasar-dasar Psikometri*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Arikunto, S. (2005). *Manajeme Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Alwisol. (2006). *Psikologi Kepribadian*. Malang: UMM Press.
- Cita, C. M, David. L,& Pali. (2015). Hubungan antara Self-Control dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Product Fashion pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas SAM Rutulangi Angkatan 2011. *Jurnal Psikologi*. Volume 3 (1), 297-302.
- Desmita. (2005). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: P.T Remaja Rosdakarya.
- Dariyo. (2004). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Bojongerto Bogor. Ghalia Indonesia.
- Fitriyani, R, Widodo B,P, & Fauziyah, N. (2013). Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Semarang. *Journal Psikologi Undip*. Volume 12 (1), 55-68.
- Enggel, F. (1994). *Perilaku Konsumeni*. Terjemahan F-X Budiyananto. Edisi Keenam, Jilid 1. Jakarta: Binapura Akawa.
- Hurlock, B. Elizabeth. (1980). *Development Psychology, A Life-Span Approach, Fifth Edition* diterjemahkan oleh Dra.Istiwidayanti dan Drs. Soedjarwo, M.Sc dengan judul *Psikologi Perkembangan, Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan, Edisi Kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. B. (1999). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentan Kehidupan*. Ahli bahasa: Istiwidayanti. Jakarta: Erlangga.
- Hurlock, E. (2004). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Hasan, Iqbal, M. 2010. *Pokok-pokok Materi Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara

- Indrayana P, Hendrati F. (2013). Hubungan antara Kecerdasan Emosional dan Konformitas Kelompok Teman Sebaya dengan Konsep Diri. Volume 2 (3), 199-207.
- Izzati A. & Fardhani R. (2013). Hubungan antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Journal Psikologi*. Volume 01 (02), 1-8.
- James, F. & Joan Ross Acocella. (1995). *Psikologi tentang Penyesuaian dan Hubungan Kemanusiaan*, Ter. R. S. Satmoko, Edisi Ke-tiga. Semarang: IKIP.
- Leon Schiffman, & Kanuk L. L. (2004). *Perilaku Konsumen*, Edisi Ke-tujuh, Ter. Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT Indeks.
- M. Nur Ghufro. & Rini Risnawati S. (2010). *Teori-teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Mowen, John C. & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Myers, David G. (2005). *Social Psychology*, 8th edition. New York: Mc Graw Hill
- Feldman, Robert. (1995). *Social Psychology*. New Jersey: Prentice Hall.
- Munandar, A. S. (2006). *Psikologi Industri dan Organisasi*. Jakarta: UI-Press.
- Mangkunegara, Anwar P. (2002). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- O'Sears, David G. (2009). *Psikologi Sosial*, Edisi Kedua-belas. Jakarta: Kencana Penada Media Grup.
- Panuju, Panut dkk.(1999). *Psikologi Remaja*. Yogyakarta: PT Tiara Wacana Yogya.
- Rahmat. R, & Reza. M. (2013). Hubungan antara Identitas Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise pada Remaja. *Journal Psikologi*. Volume 01 (03), 1-6.
- Santrock. (2007). *Remaja Jilid 2*. MCGraw-Hill Companies: Pt Gelora Aksara Pratama.
- Santrock, John W. (1983). *Life-Span Development: Perkembangan Masa Hidup 1*, Edisi Kelima. Jakarta: Erlangga.
- Sari.N.P. & Nuzulia.S. (2014). Nilai Konsumen pada Mahasiswi Psikologi Eniversitas Negeri Malang. Volume 03 (1), 48-54.
- Sarwono, S. W. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salembaka Humanika..

- Sholehan, A. & Kurwardhani I. (2002). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif terhadap Ponsel pada Remaja. *Journal Psikohumanika*. Volume 04 (01), 1-10.
- Shohibulana, I. H. (2014). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA. *Journal Psikologi*. Volume 02 (01), 46-61.
- Sihotang. (2009). *Hubungan antara Koformitas terhadap Kelompok Teman Sebaya dengan Pembelian Impulsife*. Skripsi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta



PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI UIN MALIKI MALANG ANGKATAN 2013

DAWI MARYAM, 11410099

Jurusan psikologi, Fakultas psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Abstrak

Perilaku konsumtif adalah suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumtif tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Faktor yang bisa menjadi penyebab terjadinya perilaku konsumtif yaitu faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok anutan, faktor keluarga, faktor pengalaman belajar, faktor kepribadian, faktor sikap dan keyakinan. Mahasiswa menjadikan kelompok anutan sebagai usahanya untuk berkonformitas dengan kelompok tersebut. Konformitas adalah perilaku menyesuaikan diri dengan kelompok agar dapat diterima. Kondisi emosi remaja yang belum stabil membuat remaja menjadi konsumtif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013. Adanya keinginan untuk diterima dalam kelompok menyebabkan mahasiswa mudah terpengaruh oleh kelompok. Selain itu, adanya kontrol diri yang lemah dalam diri mahasiswa menyebabkan mahasiswa lebih mudah terpengaruh untuk lebih berperilaku konsumtif.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013. Teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *sampling probabilitas* yang diambil 10% dari setiap fakultas.

Skala konformitas terdiri dari 23 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,906. Skala kontrol diri terdiri dari 19 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,838. Skala perilaku konsumtif terdiri dari 27 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,913. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda (*Statistic Parametric Multiple Regression*), diperoleh $F_{hitung} 5,744$ dapat digunakan sebagai predictor untuk memprediksi atau mengukur perilaku konsumtif pada mahasiswa. Tingkat signifikansi P-value 0,004 ($p < 0,05$) menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Analisis ini menunjukkan nilai R^2 (R Square) sebesar 0,065. Artinya bahwa prosentase pengaruh variabel independen (konformitas, kontrol diri) mampu menjelaskan 6,5% keragaman variabel perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 93,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

Kata kunci : Perilaku Konsumtif, Konformitas, Kontrol Diri

A. Pendahuluan

Seiring dengan modernisasi yang semakin berkembang dalam masyarakat saat ini, membuat gaya hidup masyarakat juga semakin berkembang dalam kesehariannya. Hal ini terkadang menyebabkan seseorang menjadi kurang realistis dalam berfikir atau mengambil keputusan dalam mengonsumsi suatu guna mengikuti gaya hidup tersebut. Semua orang ingin memenuhi semua kebutuhannya dengan berbagai cara. Akan tetapi jika seseorang tersebut tidak bisa mengatur pola dan gaya hidup dikhawatirkan seseorang akan terjebak dalam gaya hidup konsumtif.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan (Mowen, John, dan Minor, 2002:7). Jatman mengatakan bahwa, remaja sebagai salah satu golongan dalam masyarakat, tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan (Fauziyah, Widodo, & Fitriyani, 2013). Pernyataan ini diperkuat oleh Tambunan (2001) menjelaskan bahwa bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya, antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja (Panuju, 1999:154).

Fenomena perilaku konsumtif juga berdampak bagi mahasiswa. Mahasiswa merupakan sekelompok pemuda remaja yang mulai memasuki tahap dewasa awal. Menurut William J. Stanton (1981), faktor-faktor yang bisa menjadi penyebab perilaku konsumtif yaitu faktor budaya, kelas sosial, kelompok anutan, keluarga, kepribadian, sikap dan keyakinan (Mangkunegara, 2002:39). Mahasiswa menjadikan kelompok anutan sebagai usaha untuk berkonformitas. Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Sarwono, & Meinarno, 2009: 105-106). Secara tidak langsung konformitas menuntut perubahan sikap dan perilaku individu agar sesuai dengan standar atau harapan yang dibentuk kelompok agar individu (remaja) dapat diterima dan dipertahankan dalam kelompok.

Kuatnya pengaruh konformitas teman sebaya dalam mendampingi pertumbuhan remaja. Sehingga diperlukan pendampingan agar remaja bisa memilih teman yang dapat membawanya dalam pergaulan positif. Selain itu menurut William (Anggreini, & Mariyanti, 2014), mahasiswa yang termasuk dalam kategori remaja akhir yang memiliki tugas perkembangan yaitu memperkuat *self-control* (kemampuan mengendalikan diri) atas dasar skala nilai, prinsip-prinsip atau falsafat hidup. Pada masa usia tersebut, remaja diantaranya mulai mencari identitas diri, sehingga seseorang yang berada dalam masa remaja akan sangat mudah terpengaruh oleh berbagai hal di sekelilingnya, baik itu yang positif maupun yang negatif (Cita, David, & Pali, 2015). Keadaan tersebut, cenderung membuat kontrol diri lemah, sehingga apapun keputusan yang dilakukan termasuk keputusan untuk membeli di dominasi oleh orang disekitarnya. Karena kondisi remaja yang belum stabil membuat remaja menjadi lebih konsumtif.

Perilaku konsumtif juga berpengaruh terhadap mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013. Mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013 termasuk dalam kategori remaja akhir, selain itu mereka yang sebelumnya diwajibkan untuk tinggal di Ma'had selama setahun membuat mereka masih berusaha beradaptasi dengan segala kegiatan-kegiatan yang berada di kampus dan di Ma'had, sehingga mereka tidak mempunyai banyak kesempatan untuk bersenang-senang. Setelah mahasiswa keluar

dari Ma'had kebanyakan dari mereka tinggal dikos sehingga mereka mempunyai banyak waktu bebas dibandingkan saat mereka tinggal di Ma'had yang kebanyakan menghabiskan waktunya untuk kegiatan-kegiatan Ma'had selain perkuliahan. Mahasiswi mempunyai banyak waktu melakukan hal-hal yang mereka inginkan seperti jalan bareng dengan teman-teman, berbelanja, serta melakukan kegiatan-kegiatan yang sebelumnya belum bisa mereka lakukan saat ketika tinggal di Ma'had karena dibatasi oleh waktu dan kegiatan-kegiatan Ma'had.

Mahasiswi yang baru keluar dari Ma'had selain mempunyai banyak waktu bebas, mereka juga dihadapkan dengan lingkungan baru sehingga mereka harus belajar menyesuaikan diri dengan lingkungan barunya, saat tinggal di Ma'had kebanyakan dari mahasiswi hanya menghabiskan waktunya dengan teman sekamar, berbeda saat mahasiswi mulai tinggal di kos kebanyakan mereka menghabiskan waktunya dengan teman-teman bangku kuliah ataupun teman kos, dan banyak dari mereka membentuk kelompok-kelompok pertemanan. Dalam kelompok pertemanan biasanya terdapat peraturan atau norma-norma dalam kelompok, sehingga ketika seorang individu ingin masuk atau dipertahankan dalam kelompok, seorang individu harus mengikuti aturan atau norma-norma yang berada dalam kelompok tersebut.

Mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 masih dalam tahap penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial kampus, sehingga mereka rentan terhadap konformitas. Konformitas sendiri sebagai salah satu faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif, dimana mahasiswi sering kali menjadikan kelompok mereka sebagai kelompok referensi untuk mengkonsumsi suatu barang. Mahasiswi yang mencoba menyesuaikan diri dengan lingkungan barunya rela melakukan berbagai macam cara agar mereka bisa diterima didalam kelompok, dan terkadang mereka rela mengubah sikap dan perilakunya agar sesuai dengan harapan kelompok. Kaitanya perilaku konsumtif dengan Mahasiswi UIN Maliki Malang yaitu dimana mereka mempelajari ilmu umum, mereka juga mempelajari ilmu agama yang seharusnya bisa menjadi modal besar bagi mahasiswi dalam memahami keseluruhan aspek keilmuan islam, sehingga bisa menjadi pedoman dan mengarahkan kedalam pergaulan yang *positive* dan bermanfaat bagi mahasiswa, serta bisa mengendalikan dirinya dalam mengambil keputusan dan tindakan.

Hasil dari observasi peneliti yang dilakukan pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 pada tanggal 06 s/d 08 Mei 2015, Gaya hidup mahasiswi UIN Malang saat ini adalah gaya hidup konsumtif menengah keatas yang dicirikan dengan kemampuan mengonsumsi produk yang serba modern, dimana mahasiswa sering kali sibuk berpacaran dengan gaya hidup yang menunjukkan tampilan fisik, fenomena *hura-hura oriented* kerap kali ditemui di kampus. Mahasiswi yang akrab dengan perilaku konsumtif cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi, karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan tetapi lebih mengarah tuntutan pemenuhan keinginan. Gaya hidup konsumtif harus didukung oleh *financial* yang tentunya tidak sedikit. Hal ini bisa menjadi masalah ketika tuntutan mahasiswa sudah berada diluar kemampuan orang tua mahasiswa yang menjadi sumber dana mereka selama ini. Masalah yang lebih besar bisa terjadi ketika seorang remaja berusaha untuk memenuhi *financial* mereka dengan segala macam cara yang bersifat *negative*. Survei yang dilakukan oleh Deteksi Jawa Pos menemukan bahwa 20,9 % dari 1.074 responden yang berstatus sebagai pelajar yang berdomisili di Jakarta dan Surabaya mengaku pernah menggunakan uang spp-nya untuk membeli barang yang diinginkannya ataupun hanya untuk bersenang-senang (Sihotang, 2009).

Perilaku konsumtif dapat dikatakan sebagai perilaku yang menyimpang. Seorang mahasiswa yang sudah terbiasa melakukan kegiatan konsumtif, ketika mahasiswa

berbelanja kebanyakan menggunakan uang kuliah, membohongi orang tua untuk berbelanja. Sering kali mahasiswa meninggalkan kewajibanya sebagai seorang mahasiswa hanya sekedar untuk bersenang-senang dan menghabiskan uang untuk berbelanja. Hal tersebut sejalan dengan hasil wawancara dengan mahasiswi Universitas Islam Negeri Malang angkatan 2013 yang berinisial T dan S yang berusia 20 dan 21 tahun:

“saya se lumayan sering kalau belanja mbak tiap bulan biasanya apalagi kalau awal bulan, tapi kalau udah diajak temen-temen belanja dan pas lagi tanggal tua Yaaa kalau saya lagi ngak ada uang biasanya saya gunain uang kuliah mbak... buat beli baju, tas, sepatu, atau aksesoris, tp kalau ngak gitu biasanya pinjem uang ke temen atau bohong ke orangtua, bilangnya buat praktikum kalau ngak gitu buat beli buku kuliah jadi nanti sama ortua kan dikasih uang tambahan lagi selain uang bulanan, soalnya kalau ngak gitu saya ngak bisa ikut keluar bareng-bareng temen-temen apalagi kalau lagi keluar bareng temen-temen pasti beli sesuatu, dan kalau udah keluar ke mall pasti ngak ngak bisa nahan kalau ngak beli sesuatu mbak” (wawancara personal 6 Mei 2015).

“saya kan suka fashion mbak jadi saya harus *up to date* tentang apa aja yang lagi *nge-trend* saat ini, apalagi temen-temen saya juga sama, jadi biasanya kalau kita sudah abis belanja bareng-bareng, yaaa biasanya kita duduk-duduk di *food cord* dulu, kalau ngak gitu karaokean mbak, habis itu kalau udah capek pulang mbak, tp kan kayak gitu udah biasa mbak buat hiburan dan jaga persahabatan biar tetep kompak ” (wawancara personal 7 Mei 2015).

Hasil dari wawancara yang dilakukan kepada beberapa mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 tersebut, terlihat bahwa seorang mahasiswi rela melakukan hal-hal *negative* agar mendapatkan uang untuk bisa berbelanja dan agar tetap bisa *up to date* mengikuti *fashion* seperti berbohong kepada orang tua, menggunakan uang kuliah, bolos kuliah, meminjam uang teman untuk membeli baju, tas, sepatu, atau aksesoris yang diinginkanya. Artinya mahasiswi T dan S diatas membeli barang karena ingin mengikuti mode, ingin mendapatkan pengakuan sosial, mencari hiburan, dan menjaga hubungan pertemanan.

Perilaku konsumen setiap mahasiswi berbeda-beda, ada mahasiswi yang membelanjakan uangnya untuk kebutuhan yang dibutukanya saja. Seperti salah satu hasil wawancara yang dilakukan oleh mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 yang berinisial A berusia 21 tahun:

“Saya jarang mbak beli barang-barang kayak baju, kerudung, sepatu, atau tas. seringnya saya keluar bareng-bareng temen buat makan, karaokean, kalu ngak gitu yaa ngopi sambil cari *wifi* di warung kopi. Kan, kalau bareng-bareng lebih irit mbak hehehe, kalau belanja-belaja barang seh jarang mbak. Soalnya saya bukan tipekal cewek yang *fasionable* yang sering belanja dan ikut-ikutan *trend* sekarang, soalnya saya tu orangnya ngelakuain apa yang menurut saya cocok buat saya, masak kaluu ngak cocok ya saya paksain mbak...,kan jadinya ntar aneh. Tapi yaaa kalau lagi kepingin and butuh baru saya belanja, tapi kalau ngak terlalu dibutuhkan ya ngak mbak” (wawancara personal 8 Mei 2015).

Hasil dari wawancara tersebut, terlihat bahwa mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 tersebut membeli berdasarkan kebutuhannya. Mahasiswi tersebut jarang membeli barang-barang yang kurang dibutuhkan, dan dapat membedakan mana

kebutuhan yang dibutuhkan dan kurang dibutuhkan bagi dirinya dan mampu mengontrol dirinya untuk tidak mengikuti gaya hidup dilingkungannya yang tidak sesuai dengan dirinya.

Fenomena perilaku konsumtif juga terjadi pada mahasiswi UIN Maliki Malang Angkatan 2013 sebagaimana dari hasil observasi dan wawancara pada tanggal 06 s/d 08 2015 menunjukkan bahwa mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 sering kali melakukan pola gaya hidup yang menjurus ke-arrah gaya hidup perilaku konsumtif seperti mengkonsumsi produk serba *modern*, dan selain itu mahasiswi seringkali melakukan kenakalan remaja yang berupa memakai uang kuliah, membohongi orang tua, membolos kuliah untuk dapat membeli suatu barang yang diinginkannya agar bisa berpenampilan modis dengan *fashion* yang digunakan selalu mengikuti *mode (up to date)*, dan sering kali mereka menghabiskan waktunya untuk bersenang-senang seperti nongkrong di kafe, jalan-jalan di mall, menonton film, serta karaokean bersama teman-teman. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh para mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 tersebut memang sudah menjadi salah satu hiburan mahasiswi saat ini, mereka juga mengatakan kegiatan-kegiatan tersebut menjadi salah satu cara untuk menjaga hubungan baik dengan teman-teman mereka. Tetapi juga terdapat mahasiswi yang memiliki kontrol diri yang baik dimana, mahasiswi tersebut membelanjakan uangnya hanya berdasarkan kebutuhan yang diperlukannya saja.

Dari hasil penelitian terdahulu, observasi, dan wawancara diatas, maka peneliti tertarik memilih judul ini dengan alasan peneliti adalah ingin mengetahui pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

B. Kajian Teori

1. Perilaku Konsumtif

Tambunan (2001) menjelaskan, kata “konsumtif” (sebagai kata sifat; lihat akhiran -if) sering diartikan sama dengan kata “konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Memang belum ada definisi yang memuaskan tentang kata konsumtif ini. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok (Panuju, 1999).

Sachati (2004) menyatakan, bahwa sifat konsumtif adalah kecenderungan hidup dengan keinginan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan (Kuswardani, & Sholihan, 2011). Manusia menjadi lebih mementikan faktor keinginan (*want*), dan cenderung dikuasai hasrat duniawi dan kesenangan materi semata. Lebih lanjut, Zebua dan Nurdjayadi (2001) menyatakan kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu konsep diri mereka sebagai remaja dan tingkat konformitas terhadap kelompok teman sebaya (Kuswardani, & Sholihan, P, 2011:3). Menurut Willian J. Stanton (1981), faktor-faktor yang bisa menjadi penyebab perilaku konsumtif yaitu faktor budaya, kelas sosial, kelompok anutan, keluarga, kepribadian, sikap dan keyakinan (Mangkunegara, 2002:39)

Rahmat, dan Reza (2013) menyatakan, perilaku konsumtif biasanya terjadi pada remaja, hal ini terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja. Lina dan Rosyid (1997) menyatakan terdapat beberapa aspek-aspek perilaku

konsumtif yang pertama yaitu pembelian Implusif (*impulsive buying*) merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan, yang ke dua pembelian berlebihan (*wasteful buying*) menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas, yang ketiga pembelian tidak rasional (*non rasional buying*) pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode (Fradhani, Izzati, 2013).

2. Konformitas

Manusia cenderung mengikuti aturan-aturan yang ada dalam lingkungannya. Bila diperhatikan lebih luas, kebanyakan manusia mengikuti aturan tersebut. Aturan-aturan yang mengatur tentang bagaimana sebaiknya kita bertingkah laku, disebut norma sosial (*social norms*). Manusia mencoba menyesuaikan diri dengan lingkungan agar dapat bertahan hidup. Cara yang termudah adalah melakukan tindakan yang sesuai dengan norma, dalam psikologi sosial dikenal sebagai konformitas. Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Sarwono, & Meinarno, 2009: 105-106).

David O'Sears menyatakan, bila seseorang melakukan perilaku tertentu secara sukarela karena disebabkan orang lain juga melakukannya, disebut dengan konformitas (Sears, Peplau, & Taylor, 2009:253). Konformitas tidak hanya sekedar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh bagaimana mereka bertindak. Konformitas adalah bertindak atau berpikir secara berbeda dari tindakan dan pikiran yang biasa kita lakukan oleh kita sendiri. Oleh karena itu, konformitas (*conformity*) adalah perubahan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain (Myers, 2012:252).

Maukar (2013), usia remaja rentan terhadap perilaku konformitas. Konformitas (*conformity*) terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena merasa didesak oleh orang lain (baik desakan nyata atau hanya bayangan saja). Desakan untuk *conform* pada kawan-kawan sebaya cenderung sangat kuat selama masa remaja (Santrock, 2007:60). Baron, Byrne, dan Branscombe (2008), menjelaskan tiga faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu yang pertama kohesivitas kelompok adalah sejauhmana kita tertarik pada kelompok sosial tertentu dan ingin menjadi bagian darinya, yang ke-dua besar kelompok atau ukuran kelompok adalah semakin besar kelompok berarti semakin banyak orang yang berperilaku dengan cara-cara tertentu, sehingga semakin banyak yang mau mengikutinya., yang ke-tiga norma sosial adalah norma yang berlaku dapat berupa norma *injunctive* atau *descriptive* (Sarwono, & Meinarno, 2002:109). .

Baron, Byrne, dan Branscombe (2008), konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial. Norma sosial, dapat berupa *injunctive norms*, yaitu hal apa yang seharusnya kita lakukan atau *descriptive norms*, apa yang kebanyakan orang lakukan. Tekanan yang ada dalam norma sosial sesungguhnya memiliki pengaruh yang besar. Tekanan-tekanan untuk melakukan konformasi sangat kuat, sehingga usaha untuk menghindari situasi yang menekan dapat menenggelamkan nilai-nilai personalnya (Sarwono, & Meinarno, 2002:106-107). Baron, Byrne, dan Branscombe (2008), menyatakan bahwa dibandingkan tidak melakukan konformitas, tentu lebih banyak individu yang melakukan konformitas terhadap norma sosial. Dasar-dasar yang

menyebabkannya adalah pengaruh sosial (*normative social influence*) pengaruh sosial yang didasarkan pada motif atau keinginan untuk disukai atau diterima orang lain dan agar terhindar dari penolakan, pengaruh sosial informasional (*normative social influence*) keinginan untuk bertindak benar, pengaruh sosial yang didasarkan pada motif atau keinginan akan kesepian mengenai kebenaran akan perilaku yang hendak ditampilkan (Sarwono, & Meinarno, 2002:109).

3. Kontrol Diri

Kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya. Selain itu juga, kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan menarik perhatian, keinginan mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, menyenangkan orang lain, selalu konform dengan orang lain, dan menutupi perasaanya (Ghufron, & Risnawati, 2011: 21-22).

Kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan perkembangan usia. Salah satu tugas perkembangan yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok dari dirinya kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa harus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam (hukuman), seperti yang dialami pada waktu anak-anak (Hurlock, 2003: 29). Kontrol diri dipengaruhi beberapa faktor yaitu faktor internal diantaranya usia dan kematangan, yang ke-dua faktor eksternal diantaranya lingkungan keluarga.

Kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku mengandung makna, yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Semakin tinggi kontrol diri semakin intens pengendalian terhadap tingkah laku (Ghufron, & Risnawati, 2011: 25). Averil menyebutkan terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), kontrol keputusan (*decisonal control*) (Ghufron, & Risnawati, 2011:29-31).

C. Metode Penelitian

1. Rancangan Penelitian

Rancangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penelitian kuantitatif (Arikuntoro, 2006:10). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan rancangan penelitian deskriptif korelasi. Rancangan penelitian deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan konformitas dan kontrol diri terhadap tingkat perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Sedangkan penelitian korelasi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

2. Identifikasi Variabel

Variabel adalah gejala yang bervariasi yang menjadi obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2006; 118). Penelitian tentang pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 menggunakan tiga variabel utama yaitu, variabel bebas, variabel bebas (*independent variable*) dalam penelitian ini adalah konformitas (X1) dan kontrol diri (X2), yang ke-dua yaitu variabel terikat, variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah perilaku konsumtif (Y).

3. Subyek Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010: 117). Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 yang berjumlah 1702 mahasiswi. maka sampel yang digunakan adalah 10% dari masing-masing jurusan dari bermacam-macam fakultas yang ada di UIN Maliki Malang angkatan 2013 yaitu sebanyak 169 sampel.

4. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dalam penelitian menggunakan tiga metode yang digunakan yang pertama yaitu observasi, observasi digunakan sebagai data awal untuk penelitian. Observasi dilakukan pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 pada tanggal 06 s/d 08 Mei 2015, yang ke-dua wawancara, wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga, dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiono, 2010: 231). Wawancara dilakukan peneliti terhadap 8 responden yang masing-masing berbeda fakultas, dan yang ke-tiga *skala linkert*, skala, merupakan sejumlah pernyataan tertulis yang berupa konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu, dan pernyataan dalam skala sebagai stimulus yang tertuju pada indikator perilaku guna memancing jawaban yang merupakan refleksi dari keadaan diri subjek yang biasanya tidak disadari oleh respon yang bersangkutan (Azwar, 2008: 5). Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala konformitas dan skala kontrol diri dan skala perilaku konsumtif.

5. Validitas dan Rehabilitas

Skala konformitas terdiri dari 23 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,906. Skala kontrol diri terdiri dari 19 item valid dengan koefisien reabilitas 0,838. Skala perilaku konsumtif terdiri dari 27 item valid dengan koefisien reliabilitas 0,913.

D. Pembahasan

Bahwa tingkat perilaku konsumtif, konfomitas, dan kontrol diri mahasiswi UIN Maliki Malang Angkatan 2013 terdapat tiga kategori yang telah ditentukan yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Untuk tingkat kategori tinggi sebesar 1,8%, sedangkan pada kategori sedang sebesar 55,0%, dan kategori rendah sebesar 43, 2%, sedangkan untuk tingkat konformitas tingkat kategori tinggi sebesar 0,6%, kategori sedang sebesar 69%, dan kategori rendah sebesar 30,2%., dan untuk tingkat kontrol diri tingkat kategori tinggi sebesar 52,7%, kategori sedang 46,7%, dan kategori rendah 0,6. Maka dapat diketahui bahwa tingkat perilaku konsumtif dan konformitas mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 berada dalam taraf sedang, sedangkan untuk kontrol diri berada dalam taraf tinggi.

pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 yang menggunakan program SPSS (*Statistic Product And Service Solution*) for windows ver 20 menunjukkan berdasarkan signifikasi $<0,05$, dapat dinyatakan konformitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 karena tingkat signifikan berada pada taraf 0, 001 ($0,001 < 0,05$) dengan $R^2 = 0,290$ yang artinya konformitas mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013 sebesar 29%. Menurut Zebua, dan Nurdjayadi (2001) kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu

yang dimiliki oleh remaja yaitu konsep diri mereka sebagai remaja dan tingkat konformitas terhadap kelompok teman sebaya. Serta sifat-sifat remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya, sifat-sifat inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Oleh karena itu salah satu dari pengaruh perilaku konsumtif pada remaja dipengaruhi oleh konformitas. Lebih lanjut menurut Baron, Byrne, & Branscombe (2008), suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial disebut sebagai konformitas, yang berarti konformitas tidak hanya sekedar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga berarti dipengaruhi oleh bagaimana mereka bertindak.

Sedangkan untuk pengaruh kontrol diri (X_2) terhadap perilaku konsumtif (Y) memiliki koefisien regresi sebesar -0,038 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,747. Nilai statistik uji *signifikan* lebih besar daripada $\alpha = 0,05$ dapat dinyatakan kontrol diri tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Dan terdapat korelasi *negative* yang signifikan. Semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif, dan semakin tinggi kontrol diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Hasil tersebut sesuai dengan pendapat Hurlock (2003), kemampuan mengontrol diri berkembang seiring dengan perkembangan usia. Salah satu tugas perkembangan yang harus dikuasai remaja adalah mempelajari apa yang diharapkan oleh kelompok dari dirinya kemudian mau membentuk perilakunya agar sesuai dengan harapan sosial tanpa harus dibimbing, diawasi, didorong, dan diancam (hukuman) seperti yang dialami pada waktu anak-anak. Dengan bertambahnya usia kemampuan mengontrol diri juga berkembang sehingga dengan berkembangnya tingkat kontrol diri akan mengurangi tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

Berdasarkan hasil uji Dominan variabel konformitas (X_1) adalah variabel yang memiliki koefisien regresi yang paling besar (koefisien yang bernilai negatif hanya merupakan arah). Artinya, variabel Y lebih banyak dipengaruhi oleh variabel konformitas (X_1) daripada variabel kontrol diri (X_2).

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan menggunakan teknik regresi secara simultan di peroleh F_{hitung} sebesar 5,744 dan signifikansi sebesar 0,004. Signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari $\alpha = 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013.

Sumbangan efektif yang dihasilkan dari perhitungan analisis linier berganda diperoleh nilai R Square sebesar 0,065. Ini berarti konformitas dan kontrol diri secara bersama-sama memberikan sumbangan pengaruh sebesar 6,5% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan sisanya 93,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Hal ini mendukung pendapat yang dikemukakan oleh William J. Stanton (1981:105) yang menyebutkan, terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yang pertama kekuatan sosial budaya, dan kedua faktor psikologis. Faktor kekuatan sosial budaya meliputi faktor budaya, faktor kelas sosial, faktor kelompok anutan, faktor keluarga, dan faktor psikologis meliputi faktor pengalaman belajar, faktor kepribadian, faktor sikap dan keyakinan, serta konsep diri (Mangkunegara, 202:39-48).

E. Kesimpulan

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dijawab dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan secara simultan antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi UIN Maliki Malang angkatan 2013. Hal ini telah dibuktikan dengan hasil analisis yang diperoleh F_{hitung} sebesar 5,744 dan signifikansi sebesar 0,004. Signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari α (α) = 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel Konformitas (X_1), dan Kontrol Diri (X_2) terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).
2. Variabel konformitas (X_1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,290 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,001. Nilai statistik uji *signifikan* lebih kecil daripada α = 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa variabel Konformitas (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).
3. Variabel kontrol diri (X_2) memiliki koefisien regresi sebesar -0,038 dan didapatkan nilai *signifikan* sebesar 0,747. Nilai statistik uji *signifikan* lebih besar daripada α = 0,05. Pengujian ini menunjukkan bahwa variabel Kontrol Diri (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Perilaku Konsumtif (Y).

F. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Bagi remaja /Mahasiswi
Bagi remaja disarankan untuk mempertahankan dan tetap mengontrol perilaku membelinya agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan memperkuat kontrol diri dalam diri sehingga dapat mengontrol dan mengarahkan tindakanya kearah yang positif.
2. Bagi Universitas
Bagi uinversitas diharapkan dari penelitian ini, dapat bermanfaat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam memahami karakteristik remaja terutama pada proses pendewesaan serta bahanya perilaku konsumtif. Sehingga dapat meningkatkan kualitas pendidikan baik dalam segi intelektual, moral dan nilai.
3. Bagi peneliti selanjutnya
Besarnya nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah 0,254 hal ini menunjukkan bahwa besarnya hubungan konformitas, dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Kemudian R^2 (R square) sebesar 0,065 (6,5%), hal ini menunjukkan bahwa prosentase pengaruh variabel independent (konformitas, kontrol diri) mampu menjelaskan 6,5% keragaman variabel perilaku konsumtif, sedangkan sisanya sebesar 93,5% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sehingga diharapkan bagi peneliti selanjutnya hendaklah meneliti faktor-faktor lainnya yang menyebabkan perilaku konsumtif, yang belum dibahas dalam penelitian ini, serta dapat mempertimbangkan beberapa kelemahan dalam penelitian ini supaya lebih diperhatikan lagi sehingga pada penelitian selanjutnya kelemahan dan kekurangan tersebut dapat diperbaiki.



Lampiran 1
Skala Konformitas

Nama :
Jenis Kelamin :
Fakultas/Jurusan :
Semester :
Umur :

Petunjuk Pengisian

Dengan hormat,

Ditengah kesibukan saudara saat ini, perkenankanlah kami mohon bantuan saudara untuk meluangkan waktu sejenak guna mengisi daftar skala yang kami lampirkan. Bacalah baik-baik setiap pernyataan berikut dan pilihlah satu alternative jawaban yang sesuai dengan keadaan di saudara dengan member tanda check list (X) pada:

SS : Sangat sesuai dengan diri Saudara

S : Sesuai dengan diri Saudara

TS : Tidak sesuai dengan diri saudara

STS : Sangat tidak sesuai dengan diri Saudara

Atas kesediaan dan bantuan Saudara untuk mengisi skala ini, kami ucapkan terima kasih.

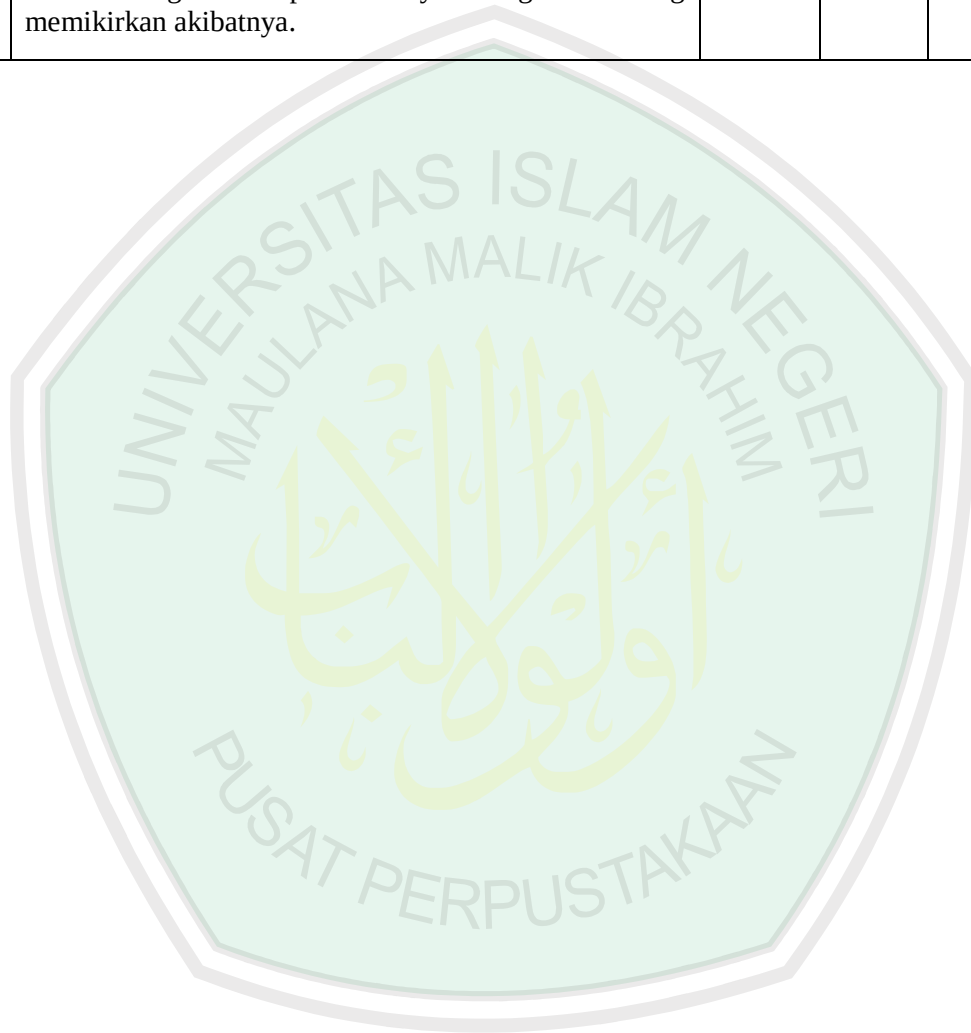
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa senang mengenakan pakaian yang sama seperti yang dikenakan teman-teman lainnya.				
2	Saya tidak harus mengikuti tren sekarang ini.				
3	Menurut saya mengikuti aturan yang ditetapkan oleh teman adalah cara termudah agar tidak dikucilkan.				
4	Saya mengikuti penampilan teman-teman saya agar terlihat modis.				
5	Saya merasa senang berpenampilan seperti yang disarankan teman-teman saya.				
6	Agar tidak ditinggalkan saya mengikuti kegiatan teman-teman saya.				
7	Saya akan membeli model pakaian yang sedang digemari saat ini.				
8	Saya merasa tidak harus sama dengan teman-teman yang lain.				
9	Saya akan menolak ajakan teman bila saya tidak Menginginkannya.				
10	Saya mengikuti suatu kegiatan karena teman-temansaya juga mengikutinya.				
11	Agar tidak berbeda, saya akan mengikuti penampilan teman-teman saya.				
12	Saya merasa lebih puas membeli barang di tempat teman-teman saya biasa belanja.				
13	Saya tidak khawatir teman-teman menganggap penampilan saya berbeda dengan mereka.				
14	Saya dapat mengikuti kegiatan bersama teman-teman tanpa ada rasa khawatir ditolak				
15	Saya tidak akan mengikuti keinginan teman-teman jika sudah menyangkut prinsip.				
16	Saya tidak akan ikut acara teman kalau saya tidak suka.				
17	Saya khawatir dikucilkan oleh teman-teman apabila saya				

	tidak melakukan hal-hal yang mereka inginkan.				
18	Saya memilih berpenampilan yang membuat saya nyaman walaupun berbeda.				
19	Saya tidak akan mengikuti keinginan teman-teman jika tidak sesuai dengan saya.				
20	Saya lebih yakin bila penampilan saya sama dengan teman-teman yang lain.				
21	Saya yakin dengan penampilan saya sendiri.				
22	Walaupun sebenarnya tidak setuju saya mengikuti pendapat teman-teman saya.				
23	Saya yakin dengan penampilan saya walaupun berbeda dengan teman.				

Lampiran 2
Skala Kontrol Diri

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya hanya menangis saat marah.				
2	Saya selalu berusaha berfikir positif ketika mendengar ejekan atau komentar yang jelek tentang saya.				
3	Saya selalu berusaha berpikir positif terhadap orang lain.				
4	Jika saya sedang marah, tindakan apapun akan saya lakukan				
5	Melempar-lempar dan merusak barang ketika marah adalah hal yang wajar bagi saya.				
6	Saya selalu berusaha menghilangkan prasangka buruk terhadap teman saya, sebelum mengetahui masalah sebenarnya.				
7	Saya tetap pergi keluar jalan-jalan bersama teman walaupun dilarang orang tua.				
8	Saya melakukan apa yang disukai oleh teman-teman saya walaupun tidak sesuai dengan peraturan.				
9	Saya sering berpikiran negative terhadap orang lain.				
10	Walaupun saya capek, saya tetap melaksanakan tanggung jawab saya.				
11	Dalam bertindak saya cenderung menaati norma-norma yang berlaku dalam masyarakat.				
12	Memukul orang yang membuat saya jengkel membuat hati saya tenang.				
13	Ketika merasa capek, saya langsung meninggalkan tanggung jawab saya.				
14	Saya selalu mengambil hikmah dari kejadian yang saya alami.				
15	Saya tidak akan membalas orang yang sudah menyakiti saya.				
16	Saya belajar dengan rajin karena saya yakin ini bagus				

	untuk masa depan saya				
17	Saya tidak akan memusuhi teman saya yang memusuhi saya.				
18	Dalam mengambil keputusan saya sering kali kurang memikirkan akibatnya.				



Lampiran 3
Skala Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	walaupun tertarik, saya tidak langsung memutuskan untuk membeli suatu barang.				
2	Pada dasarnya saya sulit terpengaruh untuk membeli barang yang tidak perlu				
3	Saya mudah tertarik membeli barang yang ditawarkan oleh sales.				
4	Ketika melihat barang dan suka saya langsung Membelinya.				
5	Saya mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang ditawarkan di toko-toko.				
6	Saya akan segera membeli apa yang ditawarkan oleh teman saya.				
7	Saya senang membeli barang yang tidak saya butuhkan karena bujukan teman.				
8	Skala prioritas selalu saya terapkan dalam menjalankan rencana pembelian.				
9	Ketika membeli barang, saya selalu memikirkan terlebih dahulu kebutuhan barang tersebut.				
10	Saya tetap nyaman memakai barang-barang lama walaupun banyak model baru bermunculan.				
11	Saya tidak akan membeli baju yang tidak cocok untuk saya walaupun modelnya sedang “tren”.				
12	Kalau saya sudah merasa cocok dengan satu model pakaian, saya tidak tergoda untuk mencoba model yang lain.				
13	Saya berusaha mempengaruhi agar seluruh keluarga mengikuti model yang sedang digemari				

14	Saya harus memiliki barang yang sedang digemari walaupun palsu.				
15	Ketika membeli barang saya tertarik karena sayasenang modelnya.				
16	Di saat harga murah membuat saya memutuskan untuk membeli meskipun sebenarnya kurang terlalu dibutuhkan.				
17	Saya membiasakan diri untuk hidup sederhana.				
18	Saya tidak akan membeli barang baru selama barang lama saya masih bisa digunakan.				
19	Saya akan segera meniru apa-apa yang dibeli teman saya.				
20	Saya banyak membeli barang agar tidak berbedadengan teman-teman saya.				
21	Saya selalu berusaha mengikuti mode.				
22	Saya selalu ingin membeli barang-barang yang sedang digemari di kalangan remaja.				
23	Saya berusaha memiliki produk-produk yang Bermerk.				
24	Saya selalu ingin memiliki barang yang dimiliki oleh teman saya.				
25	Jika saya melihat teman lain memiliki barang baru, saya akan segera membeli walaupun belum saya butuhkan.				
26	Meskipun teman saya membeli pakaian model terbaru, saya tidak akan terpengaruh.				
27	Saya mudah penasaran untuk mencoba produk baru yang diiklankan di TV.				

Lampiran 4

Lampiran Hasil Output SPSS Skala Konformitas

1. Putaran I Uji Coba

a. Uji Raliabilitas Skala Konformitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	69	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	69	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.903	23

b. Uji Validitas Skala Konformitas

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.13	.726	69
VAR00003	1.91	.636	69
VAR00004	2.00	.642	69
VAR00005	1.96	.527	69
VAR00006	2.41	.734	69
VAR00008	2.26	.741	69
VAR00009	2.10	.573	69
VAR00010	1.68	.675	69
VAR00012	1.97	.641	69
VAR00013	2.29	.644	69
VAR00014	2.07	.649	69
VAR00015	2.35	.744	69

VAR00016	1.93	.693	69
VAR00017	1.88	.631	69
VAR00018	1.94	.684	69
VAR00019	1.88	.654	69
VAR00020	2.10	.750	69
VAR00021	1.68	.630	69
VAR00022	1.84	.633	69
VAR00023	2.25	.651	69
VAR00024	1.61	.574	69
VAR00026	2.26	.610	69
VAR00027	1.83	.641	69

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	44.20	66.252	.533	.898
VAR00003	44.42	67.718	.474	.900
VAR00004	44.33	67.637	.477	.900
VAR00005	44.38	68.032	.549	.899
VAR00006	43.93	67.892	.384	.902
VAR00008	44.07	65.156	.617	.896
VAR00009	44.23	67.504	.558	.898
VAR00010	44.65	65.524	.650	.896
VAR00012	44.36	68.999	.344	.903
VAR00013	44.04	68.836	.358	.902
VAR00014	44.26	65.225	.709	.894
VAR00015	43.99	67.191	.437	.901
VAR00016	44.41	65.539	.629	.896
VAR00017	44.45	66.398	.611	.897
VAR00018	44.39	65.742	.620	.896
VAR00019	44.45	68.810	.354	.902
VAR00020	44.23	67.181	.434	.901
VAR00021	44.65	67.230	.528	.899

VAR00022	44.49	67.518	.496	.899
VAR00023	44.09	66.375	.592	.897
VAR00024	44.72	68.232	.476	.900
VAR00026	44.07	68.862	.380	.902
VAR00027	44.51	66.754	.565	.898

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
46.33	73.078	8.549	23

2. Putaran I Penelitian Skala Konformitas

a. Uji Reliabilitas Skala Konformitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	169	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	169	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	23

b. Uji Validitas Skala Konformitas

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.15	.699	169
VAR00002	2.07	.686	169
VAR00003	2.12	.785	169
VAR00004	2.01	.707	169
VAR00005	2.28	.740	169
VAR00006	2.18	.710	169

VAR00007	2.01	.694	169
VAR00008	1.89	.740	169
VAR00009	1.93	.712	169
VAR00010	2.20	.776	169
VAR00011	2.09	.726	169
VAR00012	2.19	.690	169
VAR00013	1.92	.685	169
VAR00014	1.99	.677	169
VAR00015	2.04	.751	169
VAR00016	2.01	.771	169
VAR00017	2.09	.742	169
VAR00018	1.68	.710	169
VAR00019	1.84	.702	169
VAR00020	2.33	.721	169
VAR00021	1.63	.705	169
VAR00022	2.32	.767	169
VAR00023	1.76	.734	169

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	44.59	81.410	.498	.899
VAR00002	44.67	84.542	.251	.904
VAR00003	44.63	80.580	.495	.899
VAR00004	44.73	79.268	.668	.895
VAR00005	44.47	81.346	.471	.900
VAR00006	44.57	80.866	.533	.898
VAR00007	44.74	79.598	.654	.895
VAR00008	44.85	81.353	.470	.900
VAR00009	44.82	81.282	.498	.899
VAR00010	44.54	80.785	.487	.899
VAR00011	44.65	79.633	.619	.896
VAR00012	44.56	81.248	.519	.898

VAR00013	44.83	82.167	.446	.900
VAR00014	44.75	81.688	.493	.899
VAR00015	44.70	83.591	.293	.904
VAR00016	44.73	80.887	.483	.899
VAR00017	44.65	79.074	.648	.895
VAR00018	45.07	82.109	.432	.900
VAR00019	44.91	79.931	.618	.896
VAR00020	44.41	80.387	.562	.897
VAR00021	45.12	81.522	.484	.899
VAR00022	44.43	80.567	.510	.899
VAR00023	44.98	79.970	.584	.897

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
46.75	88.179	9.390	23

3. Putaran II Penelitian Skala Konformitas

a. Reliabilitas Skala Konformitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	169	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	169	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.906	21

b. Validitas Skala Konformitas

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.15	.699	169
VAR00003	2.12	.785	169
VAR00004	2.01	.707	169
VAR00005	2.28	.740	169
VAR00006	2.18	.710	169
VAR00007	2.01	.694	169
VAR00008	1.89	.740	169
VAR00009	1.93	.712	169
VAR00010	2.20	.776	169
VAR00011	2.09	.726	169
VAR00012	2.19	.690	169
VAR00013	1.92	.685	169
VAR00014	1.99	.677	169
VAR00016	2.01	.771	169
VAR00017	2.09	.742	169
VAR00018	1.68	.710	169
VAR00019	1.84	.702	169
VAR00020	2.33	.721	169
VAR00021	1.63	.705	169
VAR00022	2.32	.767	169
VAR00023	1.76	.734	169

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	40.48	73.275	.525	.901
VAR00003	40.51	72.561	.513	.902
VAR00004	40.62	71.534	.670	.898
VAR00005	40.36	73.480	.474	.903
VAR00006	40.46	72.892	.548	.901

VAR00007	40.63	71.711	.668	.898
VAR00008	40.74	73.694	.456	.903
VAR00009	40.70	73.650	.482	.902
VAR00010	40.43	72.913	.493	.902
VAR00011	40.54	71.631	.642	.899
VAR00012	40.44	73.451	.517	.902
VAR00013	40.72	74.466	.432	.904
VAR00014	40.64	74.065	.474	.903
VAR00016	40.62	73.260	.469	.903
VAR00017	40.54	71.202	.662	.898
VAR00018	40.95	74.403	.419	.904
VAR00019	40.79	72.487	.591	.900
VAR00020	40.30	72.367	.583	.900
VAR00021	41.01	73.875	.468	.903
VAR00022	40.31	72.645	.521	.902
VAR00023	40.87	72.269	.580	.900

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
42.63	80.043	8.947	21

Lampiran 5
Hasil Output Skala Kontrol Diri

1. Putaran I Uji Coba Kontrol Diri

a. Reliabilitas Uji Coba Skala Kontrol Diri

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	69	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	69	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.831	30

b. Validitas Uji Coba Skala Kontrol Diri

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.12	.697	69
VAR00002	3.23	.622	69
VAR00003	2.81	.827	69
VAR00004	2.55	.697	69
VAR00005	2.67	.657	69
VAR00006	2.75	.651	69
VAR00007	3.17	.641	69
VAR00008	3.14	.522	69
VAR00009	2.93	.714	69
VAR00010	3.00	.748	69
VAR00011	3.07	.649	69
VAR00012	3.22	.889	69

VAR00013	3.13	.616	69
VAR00014	3.16	.504	69
VAR00015	3.09	.836	69
VAR00016	3.00	.618	69
VAR00017	3.04	.716	69
VAR00018	2.67	.721	69
VAR00019	3.19	.648	69
VAR00020	2.93	.734	69
VAR00021	3.22	.481	69
VAR00022	3.28	.820	69
VAR00023	2.78	.764	69
VAR00024	3.41	.602	69
VAR00025	3.01	.696	69
VAR00026	3.33	.533	69
VAR00027	3.07	.626	69
VAR00028	2.58	.864	69
VAR00029	2.45	.777	69
VAR00030	3.09	.722	69

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	86.97	69.176	.340	.827
VAR00002	86.86	70.420	.269	.829
VAR00003	87.28	69.055	.281	.829
VAR00004	87.54	73.841	-.060	.840
VAR00005	87.42	71.806	.123	.833
VAR00006	87.33	71.931	.114	.834
VAR00007	86.91	70.139	.285	.828
VAR00008	86.94	69.350	.458	.824
VAR00009	87.16	67.430	.484	.822
VAR00010	87.09	67.110	.485	.821
VAR00011	87.01	71.485	.155	.832

VAR00012	86.87	65.292	.524	.819
VAR00013	86.96	70.689	.245	.830
VAR00014	86.93	70.421	.347	.827
VAR00015	87.00	65.824	.523	.819
VAR00016	87.09	68.610	.451	.823
VAR00017	87.04	69.307	.318	.827
VAR00018	87.42	71.777	.108	.835
VAR00019	86.90	66.916	.592	.819
VAR00020	87.16	70.577	.202	.832
VAR00021	86.87	69.497	.484	.824
VAR00022	86.81	65.243	.580	.817
VAR00023	87.30	68.185	.383	.825
VAR00024	86.68	68.897	.435	.824
VAR00025	87.07	66.951	.542	.820
VAR00026	86.75	69.453	.436	.824
VAR00027	87.01	68.720	.433	.824
VAR00028	87.51	68.460	.308	.828
VAR00029	87.64	70.411	.199	.832
VAR00030	87.00	68.559	.379	.825

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
90.09	73.610	8.580	30

2. Putaran II Uji Coba Skala Kontrol Diri

a. Reabilitas Skala Kontrol Diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	69	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	69	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	19

b. Validitas Skala Kontrol Diri**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.12	.697	69
VAR00008	3.14	.522	69
VAR00009	2.93	.714	69
VAR00010	3.00	.748	69
VAR00012	3.22	.889	69
VAR00014	3.16	.504	69
VAR00015	3.09	.836	69
VAR00016	3.00	.618	69
VAR00017	3.04	.716	69
VAR00019	3.19	.648	69
VAR00021	3.22	.481	69
VAR00022	3.28	.820	69
VAR00023	2.78	.764	69
VAR00024	3.41	.602	69
VAR00025	3.01	.696	69
VAR00026	3.33	.533	69
VAR00027	3.07	.626	69
VAR00028	2.58	.864	69
VAR00030	3.09	.722	69

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	55.54	47.782	.213	.866
VAR00008	55.51	47.018	.423	.859

VAR00009	55.72	44.997	.503	.855
VAR00010	55.65	44.730	.503	.855
VAR00012	55.43	42.749	.583	.851
VAR00014	55.49	47.930	.306	.862
VAR00015	55.57	42.749	.629	.849
VAR00016	55.65	45.907	.481	.856
VAR00017	55.61	45.418	.455	.857
VAR00019	55.46	45.046	.558	.853
VAR00021	55.43	47.396	.406	.859
VAR00022	55.38	42.591	.659	.848
VAR00023	55.87	44.586	.504	.855
VAR00024	55.25	46.218	.457	.857
VAR00025	55.64	45.264	.488	.856
VAR00026	55.32	46.838	.438	.858
VAR00027	55.58	46.335	.421	.858
VAR00028	56.07	45.362	.361	.862
VAR00030	55.57	45.661	.424	.858

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
58.65	50.318	7.094	19

3. Putaran Pertama Penelitian Skala Kontrol Diri

a. Reliabilitas Skala Kontrol Diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	69	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	69	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	18

b. Validitas Skala Kontrol Diri**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00008	3.14	.522	69
VAR00009	2.93	.714	69
VAR00010	3.00	.748	69
VAR00012	3.22	.889	69
VAR00014	3.16	.504	69
VAR00015	3.09	.836	69
VAR00016	3.00	.618	69
VAR00017	3.04	.716	69
VAR00019	3.19	.648	69
VAR00021	3.22	.481	69
VAR00022	3.28	.820	69
VAR00023	2.78	.764	69
VAR00024	3.41	.602	69
VAR00025	3.01	.696	69
VAR00026	3.33	.533	69
VAR00027	3.07	.626	69
VAR00028	2.58	.864	69
VAR00030	3.09	.722	69

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00008	52.39	44.595	.418	.862
VAR00009	52.61	42.536	.509	.858
VAR00010	52.54	42.429	.492	.859

VAR00012	52.32	40.338	.589	.855
VAR00014	52.38	45.385	.316	.865
VAR00015	52.45	40.251	.644	.852
VAR00016	52.54	43.370	.495	.859
VAR00017	52.49	42.842	.472	.860
VAR00019	52.35	42.671	.554	.857
VAR00021	52.32	45.044	.388	.863
VAR00022	52.26	40.166	.668	.851
VAR00023	52.75	42.041	.520	.858
VAR00024	52.13	43.762	.459	.861
VAR00025	52.52	42.988	.472	.860
VAR00026	52.20	44.399	.436	.862
VAR00027	52.46	44.017	.406	.862
VAR00028	52.96	43.189	.338	.867
VAR00030	52.45	43.163	.432	.862

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
55.54	47.782	6.912	18

4. Putaran II Penelitian Skala Kontrol Diri

a. Reliabilitas Skala Kontrol Diri

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	169	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	169	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	18

b. Validitas Skala Kontrol Diri**Item Statistics**

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00003	2.87	.890	169
VAR00004	3.21	.865	169
VAR00006	2.83	.893	169
VAR00007	3.08	.735	169
VAR00008	3.09	.865	169
VAR00009	3.14	.801	169
VAR00010	3.11	.659	169
VAR00011	3.04	.909	169
VAR00012	2.92	.787	169
VAR00013	3.26	.675	169
VAR00015	3.31	.599	169
VAR00017	2.43	.729	169
VAR00018	3.22	.696	169
VAR00001	3.01	.617	169
VAR00002	2.99	.655	169
VAR00005	3.02	.607	169
VAR00014	2.91	.766	169
VAR00016	3.01	.668	169

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	51.58	43.674	.408	.834
VAR00004	51.24	42.780	.506	.828
VAR00006	51.62	41.808	.576	.824

VAR00007	51.37	42.579	.640	.822
VAR00008	51.36	42.292	.553	.825
VAR00009	51.31	44.038	.431	.832
VAR00010	51.34	45.522	.372	.835
VAR00011	51.41	41.660	.578	.824
VAR00012	51.53	42.822	.565	.825
VAR00013	51.19	44.285	.503	.829
VAR00015	51.14	45.975	.360	.835
VAR00017	52.02	45.738	.303	.838
VAR00018	51.22	45.009	.403	.833
VAR00001	51.44	45.855	.362	.835
VAR00002	51.46	46.083	.309	.837
VAR00005	51.43	46.496	.289	.838
VAR00014	51.54	46.226	.235	.842
VAR00016	51.44	45.522	.365	.835

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
54.45	49.261	7.019	18

5. Putaran III Penelitian Skala Kontrol Diri

a. Reliabilitas Skala Kontrol Diri

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	169	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	169	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	16

b. Validitas Skala Kontrol Diri

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00003	2.87	.890	169
VAR00004	3.21	.865	169
VAR00006	2.83	.893	169
VAR00007	3.08	.735	169
VAR00008	3.09	.865	169
VAR00009	3.14	.801	169
VAR00010	3.11	.659	169
VAR00011	3.04	.909	169
VAR00012	2.92	.787	169
VAR00013	3.26	.675	169
VAR00015	3.31	.599	169
VAR00017	2.43	.729	169
VAR00018	3.22	.696	169
VAR00001	3.01	.617	169
VAR00002	2.99	.655	169
VAR00016	3.01	.668	169

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	45.65	38.217	.414	.835
VAR00004	45.31	37.538	.497	.829
VAR00006	45.69	36.238	.607	.822
VAR00007	45.44	37.033	.669	.820
VAR00008	45.43	36.771	.576	.824
VAR00009	45.38	38.798	.413	.834
VAR00010	45.41	40.184	.353	.837

VAR00011	45.48	36.192	.599	.822
VAR00012	45.60	37.349	.582	.824
VAR00013	45.26	38.920	.497	.830
VAR00015	45.21	40.546	.348	.837
VAR00017	46.09	39.955	.333	.838
VAR00018	45.30	39.769	.377	.836
VAR00001	45.51	40.549	.335	.837
VAR00002	45.53	40.739	.286	.840
VAR00016	45.51	40.287	.333	.838

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
48.52	43.561	6.600	16

6. Putaran IV Penelitian

a. Realibilitas Skala Kontrol Diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	169	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	169	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.840	15

b. Validitas Skala Kontrol Diri

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00003	2.87	.890	169
VAR00004	3.21	.865	169
VAR00006	2.83	.893	169
VAR00007	3.08	.735	169
VAR00008	3.09	.865	169
VAR00009	3.14	.801	169
VAR00010	3.11	.659	169
VAR00011	3.04	.909	169
VAR00012	2.92	.787	169
VAR00013	3.26	.675	169
VAR00015	3.31	.599	169
VAR00017	2.43	.729	169
VAR00018	3.22	.696	169
VAR00001	3.01	.617	169
VAR00016	3.01	.668	169

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	42.66	35.475	.422	.834
VAR00004	42.33	34.828	.506	.828
VAR00006	42.70	33.602	.612	.820
VAR00007	42.45	34.356	.678	.818
VAR00008	42.44	34.022	.592	.822
VAR00009	42.40	36.145	.410	.834
VAR00010	42.42	37.578	.338	.837
VAR00011	42.49	33.454	.614	.820
VAR00012	42.61	34.739	.580	.823
VAR00013	42.27	36.235	.498	.829
VAR00015	42.22	37.839	.344	.837

VAR00017	43.11	37.358	.320	.838
VAR00018	42.31	37.095	.372	.835
VAR00001	42.52	38.084	.298	.839
VAR00016	42.53	37.596	.329	.837

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
45.53	40.739	6.383	15

7. Putaran V Skala Kontrol Diri

a. Reliabilitas Skala Kontrol Diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	169	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	169	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	14

b. Validitas Skala Kontrol Diri

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00003	2.87	.890	169
VAR00004	3.21	.865	169
VAR00006	2.83	.893	169
VAR00007	3.08	.735	169
VAR00008	3.09	.865	169
VAR00009	3.14	.801	169

VAR00010	3.11	.659	169
VAR00011	3.04	.909	169
VAR00012	2.92	.787	169
VAR00013	3.26	.675	169
VAR00015	3.31	.599	169
VAR00017	2.43	.729	169
VAR00018	3.22	.696	169
VAR00016	3.01	.668	169

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	39.65	32.871	.433	.832
VAR00004	39.31	32.359	.506	.826
VAR00006	39.69	31.155	.615	.818
VAR00007	39.44	31.914	.678	.816
VAR00008	39.43	31.521	.599	.819
VAR00009	39.38	33.690	.403	.833
VAR00010	39.41	35.041	.335	.836
VAR00011	39.48	31.037	.615	.818
VAR00012	39.60	32.254	.583	.821
VAR00013	39.26	33.753	.494	.828
VAR00015	39.21	35.272	.344	.836
VAR00017	40.09	34.705	.331	.837
VAR00018	39.30	34.602	.366	.835
VAR00016	39.51	35.263	.299	.838

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
42.52	38.084	6.171	14

8. Putaran VI Skala Kontrol Diri

a. Reliabilitas Kontrol Diri

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	169	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	169	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	13

b. Validitas Kontrol Diri

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00003	2.87	.890	169
VAR00004	3.21	.865	169
VAR00006	2.83	.893	169
VAR00007	3.08	.735	169
VAR00008	3.09	.865	169
VAR00009	3.14	.801	169
VAR00010	3.11	.659	169
VAR00011	3.04	.909	169
VAR00012	2.92	.787	169
VAR00013	3.26	.675	169
VAR00015	3.31	.599	169
VAR00017	2.43	.729	169
VAR00018	3.22	.696	169

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00003	36.64	30.183	.438	.831
VAR00004	36.31	29.619	.520	.825
VAR00006	36.69	28.597	.614	.817
VAR00007	36.43	29.342	.675	.814
VAR00008	36.43	28.829	.612	.817
VAR00009	36.38	31.082	.396	.833
VAR00010	36.40	32.337	.333	.836
VAR00011	36.47	28.525	.609	.817
VAR00012	36.59	29.695	.577	.821
VAR00013	36.25	31.131	.488	.827
VAR00015	36.20	32.590	.338	.836
VAR00017	37.09	31.939	.339	.837
VAR00018	36.29	32.005	.352	.835

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39.51	35.263	5.938	13

Lampiran 6

Hasil output SPSS Output Skala Perilaku Konsumtif

1. Putaran IUji Coba Perilaku Konsumtif

a. Relibilitas Skala Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	69	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	69	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.834	40

b. Validitas Skala Kontrol Diri

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.38	.666	69
VAR00002	1.72	.725	69
VAR00003	2.23	.807	69
VAR00004	1.74	.700	69
VAR00005	1.91	.762	69
VAR00006	2.29	.688	69
VAR00007	2.22	.615	69
VAR00008	2.16	.779	69
VAR00009	1.84	.532	69
VAR00010	1.64	.593	69
VAR00011	1.91	.658	69
VAR00012	1.74	.560	69

VAR00013	1.87	.640	69
VAR00014	1.51	.609	69
VAR00015	2.20	.719	69
VAR00016	2.23	.731	69
VAR00017	2.80	.677	69
VAR00018	1.93	.671	69
VAR00019	1.68	.717	69
VAR00020	2.64	.641	69
VAR00021	2.32	.737	69
VAR00022	1.70	.577	69
VAR00023	1.90	.731	69
VAR00024	3.10	.689	69
VAR00025	1.64	.857	69
VAR00026	1.61	.691	69
VAR00027	2.88	.758	69
VAR00028	1.83	.685	69
VAR00029	2.01	.653	69
VAR00030	2.14	.733	69
VAR00031	2.19	.733	69
VAR00032	3.00	.707	69
VAR00033	3.00	.728	69
VAR00034	2.35	.724	69
VAR00035	2.28	.684	69
VAR00036	1.99	.776	69
VAR00037	1.90	.622	69
VAR00038	1.78	.639	69
VAR00039	2.03	.641	69
VAR00040	1.97	.707	69

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	81.87	98.086	.324	.830

VAR00002	82.52	97.930	.303	.831
VAR00003	82.01	94.867	.464	.826
VAR00004	82.51	96.548	.419	.828
VAR00005	82.33	98.225	.265	.832
VAR00006	81.96	96.601	.424	.828
VAR00007	82.03	96.529	.488	.827
VAR00008	82.09	99.669	.163	.835
VAR00009	82.41	97.480	.480	.827
VAR00010	82.61	98.536	.333	.830
VAR00011	82.33	95.696	.518	.825
VAR00012	82.51	97.577	.445	.828
VAR00013	82.38	96.944	.433	.828
VAR00014	82.74	97.049	.449	.828
VAR00015	82.04	99.425	.200	.834
VAR00016	82.01	97.397	.338	.830
VAR00017	81.45	99.280	.227	.833
VAR00018	82.32	96.456	.447	.827
VAR00019	82.57	95.220	.505	.825
VAR00020	81.61	98.036	.343	.830
VAR00021	81.93	96.568	.393	.828
VAR00022	82.55	98.280	.367	.830
VAR00023	82.35	97.113	.358	.829
VAR00024	81.14	100.567	.128	.836
VAR00025	82.61	98.830	.190	.835
VAR00026	82.64	96.087	.461	.827
VAR00027	81.36	103.999	-.114	.843
VAR00028	82.42	100.277	.150	.835
VAR00029	82.23	98.151	.327	.830
VAR00030	82.10	96.328	.413	.828
VAR00031	82.06	96.967	.367	.829
VAR00032	81.25	105.041	-.189	.844
VAR00033	81.25	109.865	-.497	.852
VAR00034	81.90	95.769	.460	.827

VAR00035	81.97	98.470	.285	.831
VAR00036	82.26	95.549	.438	.827
VAR00037	82.35	99.730	.217	.833
VAR00038	82.46	95.929	.517	.826
VAR00039	82.22	97.996	.347	.830
VAR00040	82.28	96.732	.401	.828

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
84.25	102.806	10.139	40

2. Putaran II Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif

a. Reabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	69	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	69	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	28

b. Validitas Skala Perilaku Konsumtif

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.38	.666	69
VAR00002	1.72	.725	69
VAR00003	2.23	.807	69
VAR00004	1.74	.700	69

VAR00006	2.29	.688	69
VAR00007	2.22	.615	69
VAR00009	1.84	.532	69
VAR00010	1.64	.593	69
VAR00011	1.91	.658	69
VAR00012	1.74	.560	69
VAR00013	1.87	.640	69
VAR00014	1.51	.609	69
VAR00016	2.23	.731	69
VAR00018	1.93	.671	69
VAR00019	1.68	.717	69
VAR00020	2.64	.641	69
VAR00021	2.32	.737	69
VAR00022	1.70	.577	69
VAR00023	1.90	.731	69
VAR00026	1.61	.691	69
VAR00029	2.01	.653	69
VAR00030	2.14	.733	69
VAR00031	2.19	.733	69
VAR00034	2.35	.724	69
VAR00036	1.99	.776	69
VAR00038	1.78	.639	69
VAR00039	2.03	.641	69
VAR00040	1.97	.707	69

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	53.17	78.705	.280	.875
VAR00002	53.83	77.822	.321	.874
VAR00003	53.32	75.220	.470	.870
VAR00004	53.81	76.949	.409	.871
VAR00006	53.26	77.049	.408	.871

VAR00007	53.33	76.990	.471	.870
VAR00009	53.71	77.385	.512	.870
VAR00010	53.91	78.728	.321	.873
VAR00011	53.64	76.234	.504	.869
VAR00012	53.81	77.714	.449	.871
VAR00013	53.68	77.162	.435	.871
VAR00014	54.04	77.160	.460	.870
VAR00016	53.32	76.750	.404	.872
VAR00018	53.62	76.974	.427	.871
VAR00019	53.87	75.703	.500	.869
VAR00020	52.91	78.581	.305	.874
VAR00021	53.23	77.240	.361	.873
VAR00022	53.86	77.832	.422	.871
VAR00023	53.65	76.877	.394	.872
VAR00026	53.94	75.879	.507	.869
VAR00029	53.54	78.046	.345	.873
VAR00030	53.41	76.245	.443	.871
VAR00031	53.36	77.058	.378	.872
VAR00034	53.20	76.546	.425	.871
VAR00036	53.57	75.485	.472	.870
VAR00038	53.77	75.592	.581	.867
VAR00039	53.52	77.753	.380	.872
VAR00040	53.58	77.071	.394	.872

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
55.55	82.457	9.081	28

3. Putaran III Uji Coba Skala Perilaku Konsumtif

a. Reabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	69	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	69	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	27

b. Validitas Skala Perilaku Konsumtif

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00002	1.72	.725	69
VAR00003	2.23	.807	69
VAR00004	1.74	.700	69
VAR00006	2.29	.688	69
VAR00007	2.22	.615	69
VAR00009	1.84	.532	69
VAR00010	1.64	.593	69
VAR00011	1.91	.658	69
VAR00012	1.74	.560	69
VAR00013	1.87	.640	69
VAR00014	1.51	.609	69
VAR00016	2.23	.731	69
VAR00018	1.93	.671	69
VAR00019	1.68	.717	69
VAR00020	2.64	.641	69

VAR00021	2.32	.737	69
VAR00022	1.70	.577	69
VAR00023	1.90	.731	69
VAR00026	1.61	.691	69
VAR00029	2.01	.653	69
VAR00030	2.14	.733	69
VAR00031	2.19	.733	69
VAR00034	2.35	.724	69
VAR00036	1.99	.776	69
VAR00038	1.78	.639	69
VAR00039	2.03	.641	69
VAR00040	1.97	.707	69

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00002	51.45	74.369	.305	.874
VAR00003	50.94	71.997	.442	.870
VAR00004	51.43	73.308	.409	.871
VAR00006	50.88	73.575	.394	.871
VAR00007	50.96	73.542	.453	.870
VAR00009	51.33	73.725	.514	.869
VAR00010	51.54	75.105	.316	.873
VAR00011	51.26	72.784	.488	.869
VAR00012	51.43	74.043	.451	.870
VAR00013	51.30	73.509	.436	.870
VAR00014	51.67	73.402	.472	.869
VAR00016	50.94	73.291	.390	.871
VAR00018	51.25	73.218	.438	.870
VAR00019	51.49	72.077	.502	.868
VAR00020	50.54	74.782	.317	.873
VAR00021	50.86	73.655	.356	.872
VAR00022	51.48	74.165	.424	.870

VAR00023	51.28	73.379	.383	.871
VAR00026	51.57	72.161	.517	.868
VAR00029	51.16	74.195	.363	.872
VAR00030	51.03	72.411	.461	.869
VAR00031	50.99	73.309	.387	.871
VAR00034	50.83	72.881	.429	.870
VAR00036	51.19	71.802	.479	.869
VAR00038	51.39	71.948	.586	.866
VAR00039	51.14	74.096	.380	.871
VAR00040	51.20	73.311	.405	.871

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
53.17	78.705	8.872	27

4. Putaran I Penelitian Skala Perilaku Konsumtif

a. Reabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	169	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	169	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.909	27

b. Validitas Skala Perilaku Konsumtif

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	1.75	.679	169
VAR00002	2.06	.730	169
VAR00003	2.02	.813	169
VAR00004	2.38	.772	169
VAR00005	2.28	.707	169
VAR00006	2.04	.672	169
VAR00007	1.83	.814	169
VAR00008	1.89	.694	169
VAR00009	1.80	.610	169
VAR00010	1.98	.654	169
VAR00011	1.77	.748	169
VAR00012	2.27	.730	169
VAR00013	1.93	.791	169
VAR00014	1.93	.788	169
VAR00015	2.89	.719	169
VAR00016	2.40	.692	169
VAR00017	1.82	.687	169
VAR00018	2.17	.696	169
VAR00019	1.89	.756	169
VAR00020	2.08	.816	169
VAR00021	2.22	.744	169
VAR00022	2.27	.738	169
VAR00023	2.40	.934	169
VAR00024	1.97	.743	169
VAR00025	1.85	.745	169
VAR00026	2.12	.757	169
VAR00027	2.12	.747	169

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	54.38	112.070	.454	.906
VAR00002	54.07	114.162	.280	.909
VAR00003	54.11	108.624	.577	.904
VAR00004	53.75	111.203	.447	.906
VAR00005	53.85	109.865	.587	.904
VAR00006	54.09	110.253	.593	.904
VAR00007	54.30	107.412	.651	.902
VAR00008	54.24	113.471	.346	.908
VAR00009	54.33	114.245	.341	.908
VAR00010	54.15	113.226	.389	.907
VAR00011	54.36	113.220	.332	.908
VAR00012	53.86	116.825	.108	.912
VAR00013	54.20	107.197	.686	.902
VAR00014	54.20	108.206	.625	.903
VAR00015	53.24	112.685	.384	.907
VAR00016	53.73	111.077	.515	.905
VAR00017	54.31	110.967	.527	.905
VAR00018	53.96	112.499	.412	.907
VAR00019	54.24	109.467	.570	.904
VAR00020	54.05	107.920	.618	.903
VAR00021	53.91	109.177	.601	.903
VAR00022	53.86	109.039	.615	.903
VAR00023	53.73	108.116	.519	.905
VAR00024	54.16	109.933	.550	.904
VAR00025	54.28	107.869	.687	.902
VAR00026	54.01	112.363	.382	.908
VAR00027	54.01	110.452	.513	.905

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
56.13	119.066	10.912	27

5. Putaran II Penelitian Skala Perilaku Konsumtif

a. Reabilitas Skala Perilaku Konsumtif

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	169	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	169	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.913	25

b. Validitas Skala Perilaku Konsumtif

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	1.75	.679	169
VAR00003	2.02	.813	169
VAR00004	2.38	.772	169
VAR00005	2.28	.707	169
VAR00006	2.04	.672	169
VAR00007	1.83	.814	169
VAR00008	1.89	.694	169
VAR00009	1.80	.610	169
VAR00010	1.98	.654	169
VAR00011	1.77	.748	169
VAR00013	1.93	.791	169

VAR00014	1.93	.788	169
VAR00015	2.89	.719	169
VAR00016	2.40	.692	169
VAR00017	1.82	.687	169
VAR00018	2.17	.696	169
VAR00019	1.89	.756	169
VAR00020	2.08	.816	169
VAR00021	2.22	.744	169
VAR00022	2.27	.738	169
VAR00023	2.40	.934	169
VAR00024	1.97	.743	169
VAR00025	1.85	.745	169
VAR00026	2.12	.757	169
VAR00027	2.12	.747	169

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	50.05	105.617	.436	.912
VAR00003	49.78	101.732	.596	.909
VAR00004	49.41	104.589	.442	.912
VAR00005	49.52	103.275	.584	.909
VAR00006	49.76	103.467	.603	.909
VAR00007	49.96	100.689	.662	.907
VAR00008	49.91	106.784	.341	.913
VAR00009	49.99	107.684	.324	.913
VAR00010	49.82	106.730	.370	.913
VAR00011	50.03	106.481	.332	.914
VAR00013	49.87	100.400	.702	.906
VAR00014	49.86	101.261	.648	.907
VAR00015	48.91	106.022	.380	.913
VAR00016	49.40	104.563	.503	.910
VAR00017	49.98	104.494	.512	.910

VAR00018	49.63	106.210	.381	.912
VAR00019	49.91	102.598	.587	.909
VAR00020	49.72	101.142	.630	.908
VAR00021	49.58	102.638	.595	.909
VAR00022	49.53	102.298	.624	.908
VAR00023	49.40	101.515	.519	.910
VAR00024	49.83	103.012	.570	.909
VAR00025	49.95	101.051	.705	.907
VAR00026	49.67	105.661	.381	.913
VAR00027	49.68	103.623	.525	.910

Scale Statistics

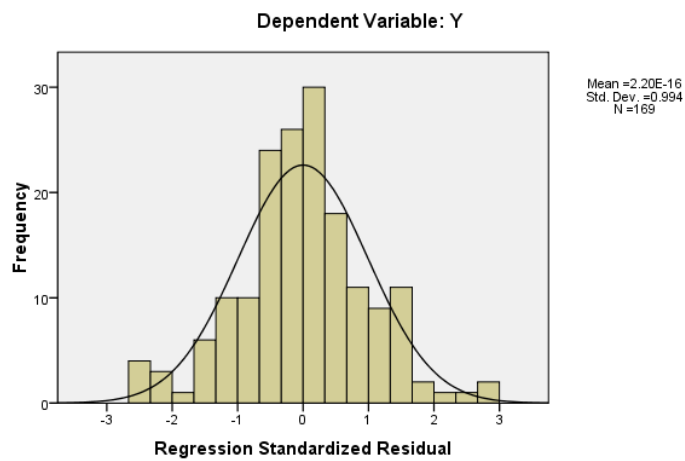
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
51.80	112.162	10.591	25

Lampiran 7

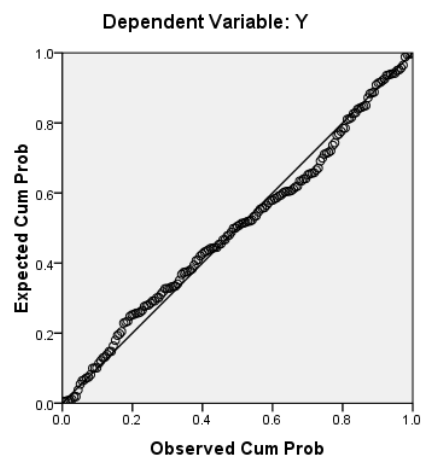
Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Asumsi Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



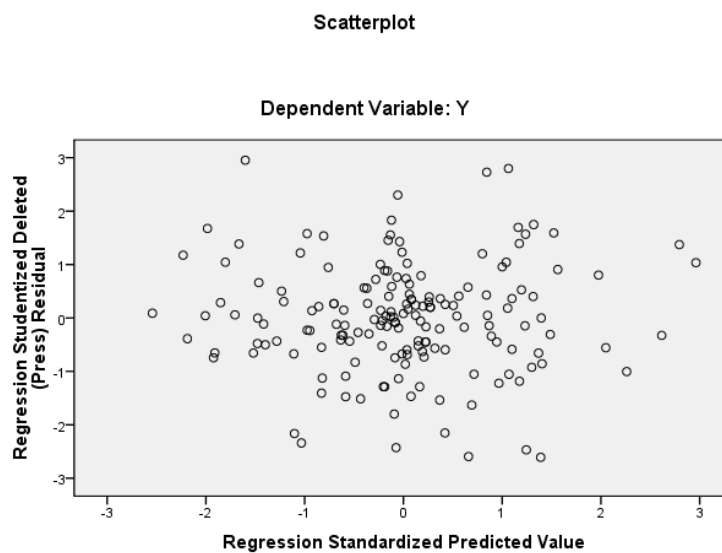
NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		169
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	10.55269866
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.063
	Negative	-.057
Kolmogorov-Smirnov Z		.822
Asymp. Sig. (2-tailed)		.509

a. Test distribution is Normal.

2. Asumsi Heteroskedastisitas



3. Asumsi Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	44.661	8.210		5.440	.000		
X1	.290	.088	.249	3.282	.001	.976	1.025
X2	-.038	.118	-.025	-.323	.747	.976	1.025

a. Dependent Variable: Y

4. Asumsi Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.254 ^a	.065	.053	10.61608	1.666

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

5. Analisis Regresi

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	56.1302	10.91175	169
X1	46.7456	9.39036	169
X2	54.4497	7.01861	169

Correlations

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.253	-.064
	X1	.253	1.000	-.156
	X2	-.064	-.156	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.206
	X1	.000	.	.021
	X2	.206	.021	.
N	Y	169	169	169
	X1	169	169	169
	X2	169	169	169

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.254 ^a	.065	.053	10.61608

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1294.749	2	647.374	5.744	.004 ^a
	Residual	18708.387	166	112.701		
	Total	20003.136	168			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	44.661	8.210		5.440	.000
	X1	.290	.088	.249	3.282	.001
	X2	-.038	.118	-.025	-.323	.747

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 8

Populasi dan Sampel

NO	FAKULTAS/ JURUSAN	ANGKATAN 2013			SAMPEL (10% X POPULASI)
KODE		L	P	JML	ANGKATAN 2013
F. 01	Fakultas Ilmu Tarbiyah & Keguruan				
1.1	Pendidikan Agama Islam	105	167	272	17
1.2	Pend. Ilmu Pengetahuan Sosial	66	84	150	8
1.3	Pend. Guru Madrasah Ibtidaiyah	41	118	159	12
1.4	Jurusan Pendidikan Bahasa Arab	54	110	164	11
F. 02	Fakultas Syariah				
2.1	Al-Ahwal Al-Syakhsiyah	120	72	192	7
2.2	Hukum Bisnis Syariah	109	104	213	10
F.03	Fakultas Humaniora				
3.1	Bahasa dan Sastra Arab	58	84	142	8
3.2	Bahasa dan Sastra Inggris	57	126	183	13
F.04	Fakultas Psikologi				
4.1	Psikologi	74	156	230	16
F.05	Fakultas Ekonomi				
5.1	Manajemen	97	97	194	10
5.2	Akuntansi	42	74	116	7
5.3	Perbankan Syariah (D3)	17	35	52	4
5.4	Perbankan Syariah (S1)	26	41	67	4
F.06	Fakultas Sains dan				

	Teknologi				
6.1	Matematika	30	74	104	7
6.2	Biologi	34	82	116	8
6.3	Kimia	41	80	121	8
6.4	Fisika	24	51	75	5
6.5	Teknik Informatika	77	53	130	5
6.6	Teknik Arsitektur	63	43	106	4
6.7	Farmasi	13	51	64	5
JUMLAH		1148	1702	2850	169

Dapat disimpulkan sebagai berikut:

Jumlah Angkatan 2013	169
-----------------------------	------------

Sumber: BAK (Rekapitulasi Data Registrasi Semester Ganjil Tahun Akademik 2014/2015 UIN Maliki Malang.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI

Jalan. Gajayana 50 Telepon/Faksimile (0341) 558916

Website : www.uin-malang.ac.id/ <http://psikologi.uin-malang.ac.id>

BUKTI KONSULTASI SKRIPSI

Nama : Lailatul Masruroh
NIM : 11410121
Fakultas : Psikologi
Dosen Pembimbing : DR. Rahmat Aziz, M.si
Judul Skripsi : **“Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Maliki Malang Angkatan 2013.**

No	Tanggal Konsultasi	Materi Konsultasi	Paraf
1.	09 Desember 2014	Konsultasi Bab I, II, III	1)
2.	23 Desember 2014	Revisi Bab I, II, III	2)
3.	16 Maret 2015	ACC Proposal	3)
4.	09 April 2015	Seminar Proposal	4)
5.	30 Mei 2015	Pengajuan Skala, ACC Skala	5)
6.	9 September 2015	Revisi Bab I, II, III dan Konsultasi Bab IV	6)
7.	11 Oktober 2015	Revisi Bab I, II, III, dan IV	7)
8.	24 November 2015	Revisi Bab IV, dan Konsultasi Bab V	8)
9.	01 Desember 2015	ACC Keseluruhan	9)

Malang, 14 Desember 2015

Mengetahui,

Pembantu Dekan 1 Bidang Akademik

Dosen Pembimbing

Fakultas Psikologi

Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si
NIP.19760512 2003121 004

Dr. Rahmat Aziz, M.Si
NIP. 19700813 2001121 001

