

**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE* DI SHOPEE
pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Angkatan 2017 UIN Malang**

SKRIPSI



Oleh:

Karida Fitri Ria Insani

NIM. 17410226

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

2022

**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE* DI SHOPEE**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Angkatan 2017 UIN Malang)**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Dekan Fakultas Psikologi

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
memperoleh gelar sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

Karida Fitri Ria Insani

NIM. 17410226

FAKULTAS PSIKOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

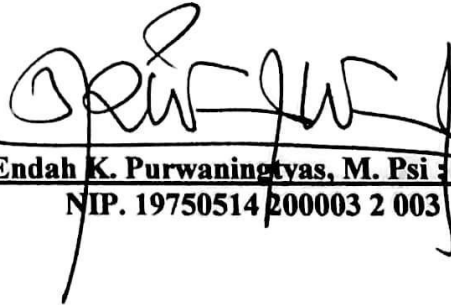
**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE* DI SHOPEE
pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Angkatan 2017 UIN Malang**

SKRIPSI

Oleh:

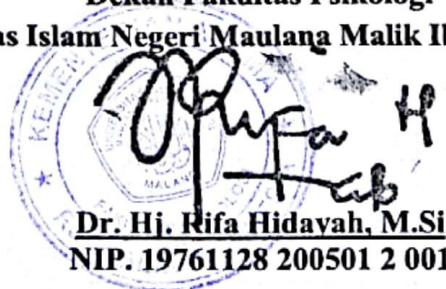
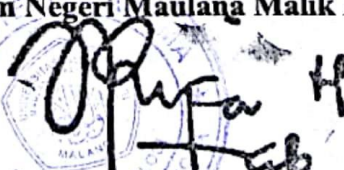
**Karida Fitri Ria Insani
NIM. 17410226**

**Telah disetujui oleh:
Dosen Pembimbing**



**Dr. Endah K. Purwaningtyas, M. Psi : Psikolog
NIP. 19750514 200003 2 003**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**



**Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si
NIP. 19761128 200501 2 001**

HALAMAN PENGESAHAN

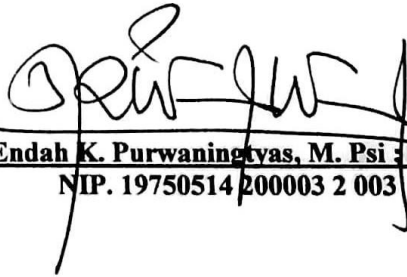
SKRIPSI

**PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF BERBELANJA *ONLINE* DI SHOPEE
pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi
Angkatan 2017 UIN Malang**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 3 Juni 2022


Susunan Dewan Penguji

Dosen Pembimbing



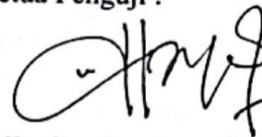
Dr. Endah K. Purwaningtyas, M. Psi : Psikolog
NIP. 19750514 200003 2 003

**Anggota Penguji Lain
Penguji Utama**



Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si
NIP.19760512 200312 1 002

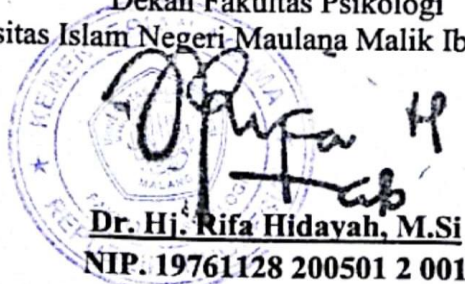
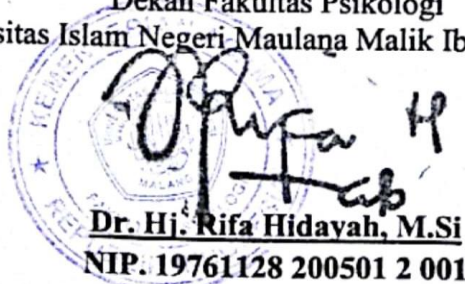
Ketua Penguji :



Selly Candra Ayu, M.Si
NIP.19940217201911202269

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang



Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si
NIP. 19761128 200501 2 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Karida Fitri Ria Insani

NIM : 17410226

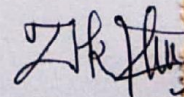
Fakultas : Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Menyatakan bahwa skripsi berjudul: “Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang” adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penelitian lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Malang, 25 April 2022

Penulis,



Karida Fitri Ria Insani
NIM. 17410226



MOTTO

“Kekayaan tidak terdiri dari memiliki harta benda yang besar,
tetapi memiliki sedikit keinginan”

-Epictetus-

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah dan segala nikmat-Nya sehingga mampu menyelesaikan penelitian ini dengan lancar. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya selalu menjadi harapan seluruh umat manusia di akhirat kelak.

Ungkapan terimakasih saya persembahkan kepada orang-orang hebat yang senantiasa memberikan dukungan kepada saya untuk menyelesaikan penelitian dalam skripsi ini. Teruntuk orangtua tercinta, Almarhum Ayah saya yang telah saya jadikan motivasi agar semangat dalam menempuh pendidikan, dan Ibu saya yang telah senantiasa mendukung dalam segala perjuangan, memberikan materil, motivasi, pengertian, serta do'a yang mengantar saya menuju kesuksesan. Serta untuk saudara-saudara kandung saya yang telah bersedia direpotkan dalam segala situasi saat saya memerlukan bantuan.

Kemudian tidak lupa saya ucapkan terimakasih pula kepada teman-teman saya, Sayyidah Hafshah Husainiah yang telah membantu, menemani, dan memberi arahan menuju dunia perkuliahan saya. Untuk Triagung Brawijaya, Fitri Anggraeni, Halimah Soraya, dan teman-teman alumni SMK saya yang telah mendukung dan memantapkan hati saya untuk melanjutkan pendidikan di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang ini. Untuk teman satu kos Mantika Safira Adlina dan Nova Nur Azizah Putri. Rana Octa

dan Melifatun Nafila teman mengerjakan skripsi bersama, serta Lisa Nirwana teman akrab saya. Terimakasih karena telah membantu proses pengerjaan skripsi hingga selesai serta memberikan dukungan dan semangat.

Dan terakhir yaitu untuk teman seperbimbingan saya Rabiatul Adawiyah, Binti, Mafirda, Dewayani, Muhammad Zakariya, Arfani, Darul Muqomah, Muzakki, Nur Indra Aji, yang telah bersedia untuk saling berbagi ilmu dan informasi saat proses pengerjaan skripsi.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji Syukur kehadiran Allah SWT. yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, hidayah dan segala nikmat-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang” dengan lancar dan penuh berkah. InsyaAllah. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kelak kita harapkan syafaatnya dihari kiamat.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini tidak akan mampu terselesaikan dengan baik tanpa dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan rasa hormat dan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Zainuddin, MA. selaku rektor UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. Hj. Rifa Hidayah, M. Si. selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Zamroni, S.Psi., M.Pd selaku Ketua Program Studi Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. In Tri Rahayu S.Psi., M.Si. Psi selaku dosen wali yang senantiasa dengan sabar membimbing saya dalam menyelesaikan studi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
5. Selly Candra Ayu, M.Si dan Dr. Fathul Lubabin Nuqul, M.Si selaku penguji ujian skripsi.

6. Dr. Endah Kurniawati Purwaningtyas, M. Psi, Psikolog, selaku dosen pembimbing saya yang senantiasa memberikan bimbingan terbaik serta motivasi kepada saya sampai terselesaikannya penelitian ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama menempuh pendidikan studi S1.
8. Segenap *staff* dan karyawan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang senantiasa memberikan kemudahan dalam segala administrasi dengan sabar dan ikhlas.
9. Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
10. Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang yang telah memberikan sumbangsih dalam penelitian ini dengan penuh keikhlasan dan kesediannya.

Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dan semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi semua kalangan bidang Pendidikan. Aamiin.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
ABSTRACT.....	xiv
ملخص.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	18
D. Manfaat Penelitian	19
BAB II KAJIAN TEORI	
A. Perilaku Konsumtif	

1. Pengertian Perilaku Konsumtif	20
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Perilaku Konsumtif	23
3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	29
4. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif	31
5. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam	33
B. Konformitas	
1. Pengertian Konformitas	34
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konformitas	36
3. Aspek-aspek Konformitas	37
4. Ciri-ciri Konformitas	39
5. Konformitas dalam Perspektif Islam	40
C. Kontrol Diri	
1. Pengertian Kontrol Diri	41
2. Aspek-aspek Kontrol Diri	44
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri	46
4. Cara Kontrol Diri dengan Baik	47
5. Kontrol Diri dalam Perspektif Islam	48
D. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif	50
E. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif	54
F. Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri	

Terhadap Perilaku Konsumtif	59
G. Kerangka Berpikir	62
H. Hipotesis Penelitian	62

BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian	63
B. Identifikasi Variabel.....	64
C. Definisi Operasional	64
1. Konformitas (X1).....	65
2. Kontrol Diri (X2)	65
3. Perilaku Konsumtif (Y).....	65
D. Subyek Penelitian	
1. Populasi.....	66
2. Sampel.....	67
E. Teknik Pengumpulan Data	
1. Instrument Pengumpulan Data.....	68
2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	72
F. Analisis Data	
1. Analisis Deskriptif	81
a. Skor Empirik.....	82
b. Kategorisasi.....	83

2. Uji Asumsi	
a. Uji Linearitas	84
b. Uji Normalitas.....	84
3. Uji Hipotesis	
a. Analisis Regresi Linier Berganda	85
b. Uji T (Uji Parsial)	86
c. Uji F (Uji Signifikansi Simultan).....	87
d. Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>).....	87
e. Besaran Pengaruh.....	88
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	89
B. Pelaksanaan Penelitian	90
C. Hasil Penelitian	91
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	129
B. Saran	131
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN.....	143

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategori Jawaban.....	69
Tabel 3.2 <i>Blueprint</i> Perilaku Konsumtif.....	69
Tabel 3.3 <i>Blueprint</i> Konformitas	70
Tabel 3.4 <i>Blueprint</i> Kontrol Diri.....	71
Tabel 3.5 Data Panelis CVR	73
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas CVR Perilaku Konsumtif.....	74
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas CVR Kontrol Diri	75
Tabel 3.8 Validitas Isi Konformitas	76
Tabel 3.9 Uji Validitas Isi Kontrol Diri	77
Tabel 3.10 Uji Validitas Isi Perilaku Konsumtif	78
Tabel 3.11 Uji Reliabilitas	80
Tabel 3.12 Norma Kategorisasi	84
Tabel 3.13 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	88
Tabel 4.1 Hasil Uji Empirik.....	92
Tabel 4.2 Norma Kategorisasi	93
Tabel 4.3 Kategorisasi Konformitas	94
Tabel 4.4 Kategorisasi Kontrol Diri.....	95
Tabel 4.5 Kategorisasi Perilaku Konsumtif	96
Tabel 4.6 Pembentuk Utama Variabel Konformitas	98
Tabel 4.7 Pembentuk Utama Variabel Kontrol Diri	99

Tabel 4.8 Pembentuk Utama Variabel Perilaku Konsumtif.....	100
Tabel 4.9 Uji Linearitas	101
Tabel 4.10 Uji Normalitas.....	102
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi	103
Tabel 4.12 Uji T	105
Tabel 4.13 Uji F	106

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Diagram Pengunjung Web Bulanan.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	62
Gambar 3.1 Rancangan Desain Penelitian.....	63
Gambar 4.1 Diagram Konformitas.....	94
Gambar 4.2 Diagram Kontrol Diri.....	96
Gambar 4.3 Diagram Perilaku Konsumtif	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Izin Penelitian	143
Lampiran 2: Kuisisioner	144
Lampiran 3: Validitas Isi	148
Lampiran 4: Reliabilitas.....	150
Lampiran 5: Kategorisasi	153
Lampiran 6: Uji Linearitas	153
Lampiran 7: Uji Normalitas	154
Lampiran 8: Uji Hipotesis.....	154

ABSTRAK

Insani, Karida Fitri. (2022). SKRIPSI. Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang. Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Dosen Pembimbing : Dr. Endah Kurniawati Purwaningtyas, M.Psi, Psikolog

Kata Kunci : Konformitas, Kontrol Diri, Perilaku Konsumtif

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya penggunaan aplikasi Shopee yang digunakan untuk berbelanja *online*. Berbelanja *online* di Shopee dinilai sangat praktis bagi penggunaanya karena hanya memerlukan koneksi internet tanpa harus keluar ke tempat perbelanjaan. Pada situasi pandemi Covid-19, berbelanja di Shopee adalah salah satu alternatif untuk menghindari kerumunan saat berbelanja.

Penelitian ini merupakan penelitian deskripsi kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Skala yang digunakan adalah skala konformitas, kontrol diri, dan perilaku konsumtif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dan dihitung menggunakan rumus dari Slovin yaitu sejumlah 159 mahasiswa.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat konformitas, tingkat kontrol diri, tingkat perilaku konsumtif, pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif, pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, dan mengetahui pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

Hasil analisis menyatakan bahwa: 1) Tingkat konformitas berada pada kategori sedang yaitu 56% sebanyak 89 mahasiswa. 2) Tingkat kontrol diri berada pada kategori rendah yaitu 41,4% sebanyak 78 mahasiswa. 3) Tingkat perilaku konsumtif berkategori tinggi yaitu 51,6% sebanyak 82 mahasiswa. 4) Konformitas berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi $0.039 < 0.05$. 5) Kontrol diri berpengaruh terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$. 6) Secara simultan konformitas dan kontrol diri berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai *f* hitung sebesar 363.168 dan nilai probabilitas yaitu $0.000 < 0.05$. 7) Konformitas dan kontrol diri berpengaruh sebesar 82.3% terhadap perilaku konsumtif sedangkan 17.7% dipengaruhi variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian.

ABSTRACT

Insani, Karida Fitri. (2022). THESIS. The Effect of Conformity and Self-Control on Consumptive Behavior (Study on Students of the Faculty of Economics Class of 2017 UIN Malang. Faculty of Psychology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

Advisor : Dr. Endah Kurniawati Purwaningtyas, M.Psi, Psychologist

Keywords : Conformity, Self-Control, Consumptive Behavior

This research is motivated by the widespread use of the Shopee application which is used for online shopping. Shopping online at Shopee is considered very practical for its users because it only requires an internet connection without having to go out to shopping places. In the Covid-19 pandemic situation, shopping at Shopee is an alternative to avoid crowds when shopping.

This research is a quantitative descriptive research using multiple linear regression analysis. The scale used is the scale of conformity, self-control, and consumptive behavior. The sampling technique used was purposive sampling and calculated using the formula from Slovin, which was 159 students.

This study aims to determine the level of conformity, the level of self-control, the level of consumptive behavior, the effect of conformity on consumptive behavior, the effect of self-control on consumptive behavior, and determine the effect of conformity and self-control on consumptive behavior.

The results of the analysis stated that: 1) The level of conformity was in the medium category, namely 56% as many as 89 students. 2) The level of self-control is in the low category, namely 41.4% as many as 78 students. 3) The level of consumptive behavior is in the high category, namely 51.6% as many as 82 students. 4) Conformity has an influence on consumptive behavior with a significance value of $0.039 < 0.05$. 5) Self-control has an influence on consumptive behavior with a significance value of $0.000 < 0.05$. 6) Simultaneously conformity and self-control have a significant effect on consumptive behavior with a calculated f value of 363,168 and a probability value of $0.000 < 0.05$. 7) Conformity and self-control have an effect of 82.3% on consumptive behavior while 17.7% are influenced by other variables not listed in the study.

ملخص

إنساني ، كريدة فيتري. (٢٠٢٢). مقال. تأثير المطابقة والضبط الذاتي على السلوك الاستهلاكي (دراسة على طلاب كلية الاقتصاد ٢٠١٧ ، جامعة الدولة الإسلامية في مالانج. كلية علم النفس ، الجامعة الإسلامية الحكومية مولانا مالك إبراهيم مالانج.

الكلمات المستشارة: الدكتورة إنداه كورنياواتي بوروانينجياس ، ماجستير في علم النفس ، أخصائية علم نفس المفتاحية: المطابقة ، ضبط النفس ، السلوك الاستهلاكي

هذا البحث مدفوع بالاستخدام الواسع لتطبيق Shopee الذي يستخدم للتسوق عبر الإنترنت. يعتبر التسوق عبر الإنترنت في Shopee عمليًا جدًا لمستخدميه لأنه لا يتطلب سوى اتصال بالإنترنت دون الحاجة إلى الخروج إلى أماكن التسوق. في حالة جائحة Covid-19 ، يعد التسوق في Shopee بديلاً لتجنب الازدحام عند التسوق.

هذا البحث هو بحث وصفي كمي باستخدام تحليل الانحدار الخطي المتعدد. المقياس المستخدم هو مقياس المطابقة وضبط النفس والسلوك الاستهلاكي. كانت تقنية أخذ العينات المستخدمة هي أخذ العينات الهادف وحسابها باستخدام معادلة Slovin ، والتي كانت ٩ ١٥ طالبًا.

تهدف هذه الدراسة إلى تحديد مستوى المطابقة ، ومستوى ضبط النفس ، ومستوى السلوك الاستهلاكي ، وتأثير المطابقة على السلوك الاستهلاكي ، وتأثير ضبط النفس على السلوك الاستهلاكي ، وتأثير المطابقة على الذات السيطرة على السلوك الاستهلاكي.

وأوضحت نتائج التحليل ما يلي: (١) كان مستوى المطابقة في الفئة المتوسطة أي 56٪ أي 89 طالبًا. (٢) يقع مستوى ضبط النفس في الفئة المنخفضة ، أي 41.4٪ يصل إلى 78 طالبًا. (٣) بلغ مستوى السلوك الاستهلاكي في الفئة العليا 51.6٪ حتى 82 طالب وطالبة. (٤) المطابقة لها تأثير على السلوك الاستهلاكي بقيمة معنوية 0.039 > 0.05. (٥) ضبط النفس له تأثير على السلوك الاستهلاكي بقيمة معنوية 0.000 > 0.05. (٦) المطابقة وضبط النفس في نفس الوقت لهما تأثير معنوي على السلوك الاستهلاكي بقيمة f محسوبة تبلغ 363،168 وقيمة احتمالية 0.000 > 0.05. (٧) المطابقة والضبط الذاتي لهما تأثير 82.3٪ على السلوك الاستهلاكي بينما 17.7٪ يتأثرون بمتغيرات أخرى غير واردة في الدراسة.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Kehidupan sehari-hari manusia tidak akan terlepas dari kegiatan berbelanja. Berbelanja merupakan kegiatan memilih dan memilah barang yang kemudian berujung pada pembelian. Aktivitas jual beli terjadi di tempat dimana pembeli dan penjual bertemu untuk melakukan transaksi, seperti di pasar (Zikra dan Yusra, 2016).

Zikra dan Yusra (2016) menyatakan bahwa berbelanja secara langsung adalah suatu aktivitas yang biasa dilakukan oleh setiap orang. Seseorang dengan berbelanja secara langsung dapat melihat sekaligus memegang macam-macam barang yang tersedia, memilih dan memilah, serta juga dapat menawar barang tersebut yang diinginkan untuk di beli, sehingga pembeli akan merasa puas dengan suatu barang yang dibelanjakannya tersebut.

Tempat perbelanjaan merupakan suatu tempat yang ramai dikunjungi orang, semakin luas tempat perbelanjaan tersebut maka juga semakin ramai pengunjungnya. Pada tempat perbelanjaan tersebut baik pasar modern maupun bukan modern, tidak semua orang yang berkunjung ke tempat tersebut sebagai pembeli atau berbelanja. Sebagian besar pengunjung tempat perbelanjaan (seperti contohnya *mall*) tersebut hanya datang untuk sekedar jalan-jalan dan melihat-lihat barang tanpa membelinya. Namun di situasi pandemi Covid-19

yang terjadi saat ini, sangat tidak dianjurkan untuk berkerumun dan berada di tempat keramaian karena virus tersebut sangat berbahaya dan mudah menyebar.

Covid-19 (*Corona Virus Disease*) diumumkan oleh WHO (*World Health Organization*) pada tanggal 11 Maret 2020 sebagai pandemi. Virus corona tersebut berdasarkan bukti ilmiah dapat menular dari manusia ke manusia melalui percikan batuk/bersin. Tanda umum infeksi virus tersebut yaitu gangguan pernapasan akut seperti demam, batuk, dan sesak napas. Namun pada kasus yang parah, virus ini dapat menyebabkan pneumonia, sindrom pernapasan akut, gagal ginjal, hingga bahkan kematian (Tosepu et al., 2020).

Direktur Jendral (Dirjen) Informasi dan Komunikasi Publik (IKP) Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) menghimbau seluruh masyarakat Indonesia untuk mencegah tertularnya Covid-19 dengan menerapkan 3M, yaitu singkatan dari Memakai masker, Mencuci tangan, dan Menjaga jarak. Maksud dari menjaga jarak yaitu mengurangi kegiatan sosial dengan tetap melakukan aktivitas di rumah. Maka upaya yang dapat dilakukan untuk tetap dapat berbelanja di situasi pandemi, adalah dengan berbelanja *online*. Berbelanja *online* dapat meminimalisir risiko tertular virus Covid-19 karena tidak perlu kontak fisik secara langsung dengan penjual maupun pengunjung pusat perbelanjaan.

Belanja *online* adalah sebuah proses transaksi jual beli melalui perantara situs-situs atau *website* penyedia barang dengan menggunakan

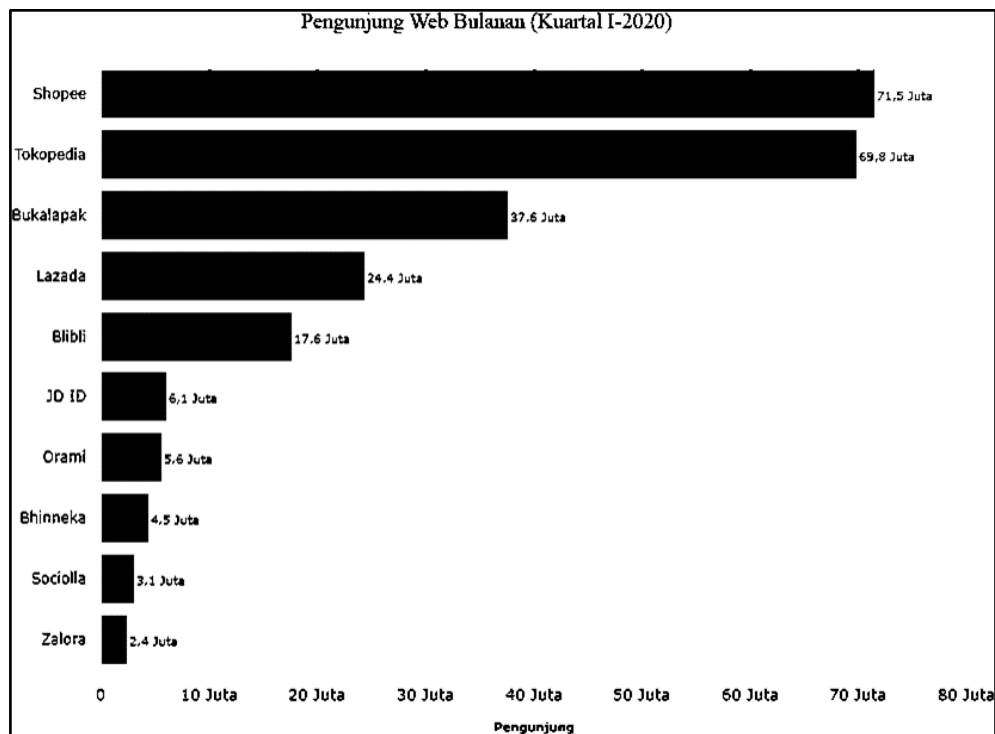
jaringan internet. Pernyataan tersebut diperkuat oleh Katawetawaraks dan Wang (Turban *et al*, 2004), bahwa perilaku pembelian *online* adalah proses membeli produk yang berupa barang atau jasa melalui media internet. Menurut Sari (2015), belanja *online* merupakan sarana atau toko yang menawarkan barang dan jasa melalui internet sehingga pengunjung dapat melihat barang-barang di toko *online*. Pembeli atau konsumen dapat melihat barang-barang di toko *online* melalui gambar, foto, maupun video.

Perkembangan teknologi dalam penerapan belanja *online* tersebut telah disediakan dalam aplikasi bisnis yaitu *electronic commerce*, yang biasa disingkat dengan sebutan *e-commerce* atau perdagangan elektronik. *E-commerce* mengacu pada penggunaan internet, dimana fungsinya tersebut diantaranya untuk membeli, menjual, mengangkut, atau memperdagangkan data, barang, atau layanan (Turban *et al.*, 2015). Salah satu perusahaan *e-commerce* yang sukses dan berhasil memanfaatkan peluang pasar *e-commerce* di Indonesia yaitu “*Shopee*”.

Shopee adalah salah satu pusat perbelanjaan yang dikelola oleh Garena (berubah nama menjadi *SEA Group*) dan pertamakali diperkenalkan di Singapura pada tahun 2015. Saat ini *Shopee* telah memperluas jangkauannya hingga ke Malaysia, Thailand, Taiwan, Vietnam, Filipina, dan Indonesia. Bisnis *C2C (Customer to Customer) mobile marketplace* yang diusung *Shopee* memungkinkan kehadirannya dapat diterima dengan mudah oleh berbagai

lapisan masyarakat. *Shopee* resmi diperkenalkan di Indonesia pada Desember 2015 di bawah naungan PT *Shopee International* Indonesia. Sejak peluncurannya *Shopee* mengalami perkembangan yang sangat pesat, aplikasinya sudah di *download* oleh lebih dari 25 juta pengguna.

Berdasarkan laporan terbaru, *Shopee* kini menjadi *e-commerce* dengan pengunjung situs bulanan terbesar di Indonesia. Pernyataan ini diperkuat oleh data iPrice, yang menunjukkan bahwa *Shopee* mendapatkan sebanyak 71,5 juta kunjungan selama kuartal I 2020. Berikut diagram statistik pengunjung situs *Shopee* di Indonesia.



Gambar 1.1 Diagram Pengunjung Web Bulanan

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa masyarakat Indonesia lebih tertarik dan percaya untuk bertransaksi *online* melalui aplikasi *Shopee*

dibanding *e-commerce* lainnya. Jumlah transaksi digital masyarakat Indonesia di masa pandemi Covid-19 meningkat cukup signifikan. Shopee sebagai salah satu platform *e-commerce*, mencatat kenaikan transaksi di Q2-2020 naik hingga 130% dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Direktur Shopee Indonesia Handhika Jahja merinci, sepanjang Q2-2020, ada 260 juta transaksi di platform Shopee. Rata-rata, per harinya ada 2,8 juta transaksi yang dilakukan oleh pengguna Shopee (detikInet 2020).

”Jujur, kami lebih sering belanja atau membeli barang di shopee sebab hargayang ditawarkan murah yang wajar, tak hanya itu kita juga bisa memilih metode pembayaran COD (bayar ditempat) bahkan bisa gratis ongkir”.

Pernyataan tersebut diungkapkan oleh Ayu Rosita S. Si yang ditulis di suatu blog dengan judul “Alasan Kami Suka Belanja Online di Shopee daripada Instagram” pada 7 September 2020.

Keunggulan-keunggulan yang disajikan dalam aplikasi tersebut dapat memikat para pelanggan untuk berbelanja di Shopee. Fitur-fitur praktis serta kemudahan yang disajikan oleh aplikasi Shopee juga dapat memicu seseorang menjadi kurang realistis ketika mengambil keputusan dalam berbelanja. Jika seseorang tidak dapat mengatur pola perilaku yang demikian maka akan berpotensi untuk terjebak dalam perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah suatu kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan

keinginan daripada kebutuhan (Mowen, John, dan Minor, 2002). Hal ini dapat menyebabkan pola hidup masyarakat berubah menjadi kurang pandai dalam mengatur keuangan karena dapat menimbulkan sebuah dilema antara pemenuhan kebutuhan mana yang lebih penting, kebutuhan primer yang seharusnya dipenuhi lebih dahulu atau kebutuhan tersier yang merupakan simbol penerimaan pada masyarakat (Khoirunnas, 2017).

Menurut Chita *et. al* (2015), fenomena perilaku konsumtif tidak dapat dihindari oleh mahasiswa. Tambunan menyatakan bahwa mahasiswa adalah salah satu pasar yang berpotensi besar bagi produsen-produsen untuk menawarkan produknya karena pola konsumsi seseorang mulai terbentuk pada tahap usia ini. Selain itu, mahasiswa biasanya mudah terpengaruh oleh iklan, promosi, *trend*, maupun lingkungan pertemanan yang menyebabkan boros dalam membelanjakan uangnya.

Fenomena perilaku konsumtif tersebut juga ditemui pada mahasiswa fakultas Ekonomi UIN Malang angkatan 2017. Kemudahan dan keunggulan yang tersedia di aplikasi Shopee membuat mahasiswa tersebut cenderung membelanjakan uangnya untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhannya.

Penjelasan tersebut sejalan dengan hasil wawancara pada mahasiswa berinisial ML usia 22 tahun jurusan Akuntansi:

“Suka banget sama Shopee. Soalnya fitur aplikasinya enak aja dipakenya. Ngga ribet gitu. Trus yang paling aku suka itu barangnya murah-murah dan promonya gila-gilaan. Kadang ada tuh di flash

sale barang yang harganya cuma 99 rupiah. Ya sebenarnya aku nggak butuh sih barang itu, tapi aku beli aja. Ya gimana ya, murah sih haha. Sebulan ya bisa checkout lebih dari 10 barang lah”

“Oh iya, apalagi tiap bulan kan Shopee ngadain event kaya 4.4 kemarin itu kan makin banyak promo gratis ongkirnya. Bisa checkout 7 barang aku kemarin. Sayang dong kalo vouchernya ga dipakai” (5 April 2021).

Kemampuan seseorang dalam membeli barang tiap individu berbeda-beda, tergantung dari besarnya uang saku yang dimiliki, tetapi lingkungan tempat ia tinggal seringkali mempengaruhi pola konsumsi yang dilakukannya. Oleh karena itu dalam kehidupannya sehari-hari mahasiswa harus dapat memilih pola konsumsi sesuai dengan kebutuhan dan persediaan dana yang ada. Mahasiswa yang memiliki uang saku dalam jumlah besar cenderung melakukan konsumsi lebih banyak.

Mahasiswa merupakan masa peralihan dari remaja menuju dewasa awal, yaitu masa dimana seseorang sedang melakukan proses penyesuaian diri terhadap pola-pola kehidupan baru, harapan sosial yang baru, peran kehidupan yang baru. Tidak terlepas dari hal tersebut, mahasiswa juga seringkali tidak dapat menghindari perilaku konsumtif (Fajriana & Listiara, 2018). Beberapa penyebab seseorang melakukan pembelian yaitu adanya maksud ingin menunjukkan jika dirinya berbeda dengan yang lain, adanya keinginan untuk meniru orang lain atau kelompoknya, faktor ikut-ikutan, maupun mengikuti mode yang sedang *trend* (Shaulina, 2020).

“aku kan ada komunitas Army (komunitas penggemar BTS) Ri, mereka itu pada koleksi merchandise-nya. Ya jadi aku harus punya juga dong, ya namanya penggemar kan harus punya koleksi yang berhubungan ama figurnya. Kaya ini nih gelang, poster, lighstick, trus ada paket hematnya merchandise BTS gitu. Nah barang-barang kayak gini ini kebanyakan dijual di Shopee dan harganya ya lumayan mahal sih emang. Apalagi kalo lagi hits-hitsnya ya aku harus beli”.

“Sebenarnya uang saku dari orangtuaku itu ga cukup Ri. Jadi gimana cara aku harus tetep bisa beli merchandise nya BTS. Jadi aku ngutang pakepaylater, kan ada tuh di Shopee” (5 April 2021).

Penjelasan tersebut dikatakan oleh mahasiswa jurusan Akuntansi berinisial DW (22 tahun) dalam wawancara personal. Mahasiswa tersebut merasa ingin menyamakan dirinya dengan komunitasnya demi mengikuti *trend*. Jika seseorang masuk ke dalam sebuah kelompok maka mereka harus bisa menyesuaikan diri dengan budaya kelompok yang dianut atau kebiasaan dari kelompok tersebut. Hal ini harus dilakukan oleh mahasiswa agar mereka dapat diterima oleh kelompok atau biasa disebut sebagai konformitas.

Konformitas menurut Baron dan Byrne (2008) adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Sarwono dan Meinarno, 2009). Konformitas secara tidak langsung menuntut perubahan sikap dan perilaku individu sesuai dengan standar ataupun harapan yang dibentuk kelompok. Hal tersebut bertujuan agar dapat diterima dan dipertahankan di dalam kelompok sebagai bentuk interaksi

yang terjadi di dalam kelompok.

Kelompok yang dinaungi oleh mahasiswa dapat memberikan peran besar bagi pembentukan perilaku konsumtif, karena ada beberapa motif yang melatar belakangi perilaku konsumtif pada mahasiswa contohnya seperti ingin mengikuti gaya hidup yang banyak dilakukan oleh orang lain, tidak mau kalah dengan teman, ingin memiliki barang-barang *branded*, dan selalu ingin mengikuti mode yang sedang *trend*. Demi memenuhi norma sosial ini, mahasiswa dapat cenderung bersikap konsumtif untuk membeli barang-barang tanpa melihat realita kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya hanya karena ingin memuaskan diri sendiri dan orang lain.

Mahasiswa yang telah terbiasa berbelanja di Shopee akan terus-menerus melakukan hal tersebut hingga menjadi kebiasaan atau biasa disebut gaya hidup konsumtif. Semakin mudahnya membeli sesuatu maka semakin rentan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif yaitu berbelanja secara berlebihan tanpa memperhatikan faktor kebutuhan dan *budget*. Perilaku individu dalam berbelanja dapat menggambarkan bagaimana individu tersebut mampu untuk mengontrol dirinya (Salsabila dan Nio, 2019). Ketika seseorang tidak dapat mengendalikan impuls berbelanja mereka maka dapat dikatakan seseorang tersebut tidak mampu untuk mengontrol dirinya.

Kontrol diri merupakan keputusan individu melalui pertimbangan kognitif untuk menyatukan perilaku yang telah disusun dengan maksud

meningkatkan hasil dan tujuan tertentu sebagaimana yang diinginkan oleh individu tersebut (Chita et al., 2015). Jika seseorang memiliki kontrol diri yang tinggi maka ia akan bisa mengendalikan dirinya atas sesuatu, begitu pula sebaliknya jika seseorang memiliki kontrol diri yang rendah maka ia akan kurang bisa mengendalikan dirinya ketika melakukan sesuatu.

Moser (2020) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif melalui *e-commerce* berkaitan erat dengan kontrol diri karena pada aplikasi *e-commerce* menghadirkan beberapa fitur dan kemudahan yang dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif seperti diskon, kode promo, maupun pengiriman di hari yang sama dengan pemesanan produk sehingga mahasiswa akan mudah terpengaruh untuk berbelanja.

Temuan bahwa perilaku konsumtif berhubungan dengan kontrol diri seperti terdapat pada penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Hidayatullah (2018) terhadap 170 mahasiswa kedokteran hasil penelitiannya adalah terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Psikologi Universitas Lambung Mangkurat. Pernyataan tersebut semakin diperkuat oleh penelitian (Chita dkk, 2015) sampel penelitian sebanyak 174 mahasiswa fakultas kedokteran Universitas Sam Ratulangi menerangkan bahwa terdapat hubungan antara *self-control* dengan perilaku konsumtif *online shopping* produk *fashion* dengan nilai sig. = 0,000 dengan demikian nilai sig. <0,05. Koefisien korelasi -0,483 menunjukkan

bahwa hubungannya sedang. Tanda negatif artinya semakin tinggi *self-control* maka semakin rendah tingkat perilaku konsumtifnya, begitu pula sebaliknya.

Namun pada hakikatnya, setiap mahasiswa memiliki perilaku membeli yang berbeda-beda, ada juga mahasiswa yang membelanjakan uangnya untuk kebutuhan yang dibutuhkan saja. Seperti salah satu mahasiswa jurusan Manajemen yang berinisial SR berusia 23 tahun. Berikut hasil wawancaranya:

“aku kalo belanja di Shopee tuh emang sering Ri, tapi semua barang yang akubeli bener-bener keperluan sehari-hari aja kaya camilan, indomie, pasta gigi, sabun, gitu sih, Ya pernah beli barang yang diluar kebutuhan, tapi jarang. Kaya minggu kemarin tuh aku liat jam tangan murah cuma 18 ribu, itu aku checkout. Ya walaupun ngga perlu-perlu amat ya. Aku itu seringnya beli makanan di Shopee buat persediaan di kos hehehe. Kalo beli-beli baju gitu sih aku masih mikir-mikir dulu ya, soalnya kan aku di Malang juga merantau ya jadi mau nambah-nambahin barang itu males nanti pas boyongan pulang ke Subang. Kalau ada acara yang mewajibkan pakai dresscode yang cuma dipakai sekali aja ya mending pinjam daripada beli ya kan?” (6 April 2021).

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, terlihat bahwa mahasiswa jurusan Manajemen tersebut berbelanja *online* hanya sesuai dengan kebutuhannya saja. Mahasiswa tersebut juga jarang membeli barang-barang kurang dibutuhkan. Fenomena tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Salsabila & Nio (2019) pada 94 mahasiswa fakultas hukum Universitas Bung Hatta yang menggunakan Shopee. Didapatkan hasil tidak terdapat pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif, peneliti tersebut

berasumsi jika hal itu terjadi karena kurang mendapatkan sampel yang memenuhi populasi serta adanya variabel-variabel lain yang lebih mempengaruhi perilaku konsumtif daripada variabel kontrol diri.

Kemudian adanya penelitian yang dilakukan oleh Aryani (2006) didapatkan hasil bahwa ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi konformitas pada remaja SMAN 1 Semarang maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif yang terjadi. Hal ini ditunjukkan dengan adanya koefisien korelasi (r) sebesar 0,558 dengan $p < 0,01$. Hal ini kemudian dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Hayati et al. (2020) pada 50 siswa SMA IT dan mendapatkan hasil jika konformitas dan kontrol diri termasuk variabel yang berpengaruh pada perilaku konsumtif sebesar 60%, untuk konformitas sendiri memiliki kontribusi sebesar 34% dan kontrol diri 51% terhadap perilaku konsumtif. Pada penelitian ini, peneliti tersebut menganggap jika variabel kontrol diri dan konformitas akan lebih efektif penggunaannya jika digabungkan sebagai prediktor untuk mengukur perilaku konsumtif.

Namun penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suminar & Meiyuntari (2015) yang meneliti mengenai perilaku konsumtif pada siswa Darut Taqwa dengan hasil yaitu tidak adanya pengaruh antara konformitas dengan perilaku konsumtif, hal ini terjadi menurut asumsi peneliti tersebut karena iklim pesantren yang menyebabkan konformitas subjek

tidak berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada siswa.

Perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh banyak sebab, seperti pada penelitian Ainun Faizah yang berjudul Pengaruh Kemudahan *E-Commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2020, yang menyatakan bahwa kemudahan *e-commerce* Shopee mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Shopee dapat dengan mudah di *download* oleh siapa saja secara gratis, dan kelebihan-kelebihan yang disajikan dalam aplikasi Shopee menjadikan konsumennya betah untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Menurut Faizah (2020) kelebihan yang dimiliki Shopee yaitu hampir semua kebutuhan ada dalam aplikasi Shopee dan harganya lebih murah dibandingkan yang ada di toko *offline*. Tidak sedikit pula barang-barang dari luar negeri juga tersedia di Shopee. Selain itu, para konsumen telah dimanjakan dengan *event* gratis ongkir di setiap bulannya, serta diberikan *voucher cashback*, dan diskon produk. Kemudian juga terdapat fitur *flash sale* setiap hari di jam-jam tertentu. Berbelanja di Shopee, konsumen juga dapat melakukan pembayaran dengan mudah. Shopee telah menyediakan metode pembayaran melalui *e-banking* dan ATM sehingga konsumen dapat dengan mudah melakukan pembelian dari rumah. Kemudian juga terdapat metode pembayaran melalui alfamart, indomaret, maupun COD sehingga konsumen mudah dalam melakukan transaksi pembayaran.

Selain kemudahan tersebut, Shopee juga menjamin konsumennya aman saat berbelanja. Apabila terdapat penjual yang menipu konsumen, konsumen dapat melapor melalui *live chat* dengan *customer service* dengan layanan pelanggan 24 jam. Fitur *live chat* ini juga dapat digunakan untuk melakukan pengaduan/komplain saat terjadi suatu kendala saat melakukan aplikasi tersebut.

Shopee telah memberikan penawaran dan pelayanan berbelanja yang berkesan dan menguntungkan melalui sejumlah inovasi. Bukan hanya untuk kualitas pengalaman berbelanja, tapi juga bagaimana mereka dapat *engage* dengan para penggunanya di seluruh Indonesia (Hermawan dkk, 2020). Shopee jika dipandang dari sisi psikologi, merupakan aplikasi yang menyehatkan para penggunanya karena memberikan kemudahan dan rasa aman saat berbelanja.

Namun kemudahan dan kelebihan tersebutlah yang kadang menjadikan para konsumen termasuk mahasiswa menggunakan aplikasi Shopee untuk belanja terus-menerus. Berbelanja apabila atas dasar kebutuhan memang perlu, namun apabila mahasiswa berbelanja di Shopee karena tergiur gratis ongkir, diskon, *cashback*, sedangkan barang yang dibeli tersebut tidak dibutuhkan maka perilaku tersebut dikatakan konsumtif.

Perilaku konsumtif merupakan suatu tindakan yang tidak dapat dibenarkan karena pada dasarnya perilaku tersebut merupakan bentuk tindakan negatif. Negatif yang dimaksud adalah suatu bentuk contoh mahasiswa ekonomi

dalam menghambur-hamburkan uangnya karena membeli suatu barang bukan didasarkan kebutuhan hidupnya melainkan hanya untuk memenuhi keinginan dan kesenangan semata atau disebut dengan *impulsive buying* (pembelian impulsif).

Pembelian secara impulsif telah menghamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas, yang menjadikan seseorang menjadi boros. Pemborosan pada mahasiswa biasanya dipengaruhi oleh adanya *trend*, iklan, promosi, maupun lingkungan pertemanannya. Lingkungan akan dijadikan mahasiswa sebagai tempat menyesuaikan diri dalam bertingkah laku. Salah satu tingkah laku yang dapat dilakukan untuk menyesuaikan diri adalah mengubah perilaku agar selaras dengan kelompok yang ada pada lingkungan tersebut.

Artinya, jika salah satu mahasiswa berada pada lingkungan yang anggotanya cenderung berperilaku konsumtif, maka mahasiswa tersebut akan menyelaraskan dengan lingkungan untuk berperilaku konsumtif agar tidak diasingkan. Peristiwa tersebut dinamakan konformitas, dimana seseorang dituntut untuk menyesuaikan dirinya dengan norma sosial yang ada pada suatu kelompok agar dapat diterima sebagai anggotanya. Bentuk penyesuaian seseorang untuk menyelaraskan dirinya dengan kelompok bisa positif maupun negatif. Untuk menghindari suatu konformitas yang negatif diperlukan adanya kontrol diri.

Kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan diri dalam dirinya. Kontrol diri yang diperlukan mahasiswa adalah tetap berada dalam pendiriannya. Cara mengontrol diri mahasiswa saat membuka aplikasi Shopee agar tidak tergiur untuk terus berbelanja adalah dengan memainkan *game* yang tersedia seperti Shopee *candy*, Shopee *capit*, goyang Shopee, Shopee tanam, Shopee tangkap, Shopee *pet*, dan masih banyak lagi. Apabila dengan memainkan fitur permainan tersebut, mahasiswa dapat meningkatkan kontrol diri sehingga keinginan untuk berbelanja menjadi berkurang, karena dengan memainkan *games* tersebut, mahasiswa akan mendapat *reward* berupa koin dan *voucher*. Cara tersebut apabila dilakukan, selain meningkatkan kontrol diri juga menjadikan mental mahasiswa lebih sehat. Karena kontrol diri yang kuat mampu mengarahkan mahasiswa dalam bertindak dan berperilaku yang baik.

Berdasarkan observasi, wawancara, dan fenomena serta penelitian terdahulu yang telah dipaparkan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja Online di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang”.

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana tingkat konformitas belanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi UIN Malang angkatan 2017?
2. Bagaimana tingkat kontrol diri belanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi UIN Malang angkatan 2017?
3. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif belanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi UIN Malang angkatan 2017?
4. Bagaimana pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi UIN Malang angkatan 2017?
5. Bagaimana pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi UIN Malang angkatan 2017?
6. Bagaimana pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi UIN Malang angkatan 2017?

C. TUJUAN

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan yang ingin dicapai penelitian iniantara lain:

1. Mengetahui tingkat konformitas belanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang.
2. Mengetahui tingkat kontrol diri belanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang.
3. Mengetahui tingkat perilaku konsumtif belanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang.
4. Mengetahui pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang.
5. Mengetahui pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang.
6. Mengetahui pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja online di Shopee pada mahasiswa Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang.

D. MANFAAT

Melalui penelitian ini, penulis berharap akan memperoleh manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Dari penelitian ini diharapkan agar hasil penelitiannya dapat memberikan kontribusi terhadap keilmuan disiplin ilmu psikologi.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai informasi kepada Fakultas Ekonomi, agar dapat mengarahkan kegiatan-kegiatan kemahasiswaan pada kegiatan yang bersifat positif seperti mengadakan seminar dan pelatihan tentang mengontrol perilaku konsumtif, serta tentang pemilihan relasi pertemanan yang positif. Kemudian manfaat dari penelitian ini diinformasikan kepada mahasiswa, agar membelanjakan uangnya saat berbelanja *online* di Shopee dengan mempertimbangkan terlebih dahulu segala konsekuensi-konsekuensinya seperti tidak terpengaruh oleh teman sekelompoknya agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Selain itu, juga sebagai pengetahuan kepada mahasiswa bagaimana pentingnya memiliki kontrol diri dalam melakukan pembelian di Shopee.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. PERILAKU KONSUMTIF

1. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut *KKBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 2016)* kata “perilaku” memiliki arti tanggapan atau reaksi individu terhadap rangsangan atau lingkungan. Sedangkan “konsumtif” biasa digunakan pada suatu hal yang berkaitan dengan perilaku konsumen dalam kehidupan manusia. Sehingga jika definisi dari perilaku konsumtif adalah keinginan individu untuk mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan untuk mencapai kepuasan, namun sebenarnya barang tersebut kurang diperlukan (Tambunan, 2001).

Sabirin (2005) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan suatu keinginan seseorang dalam mengkonsumsi barang-barang secara berlebihan yang sebenarnya barang tersebut kurang dibutuhkan namun hanya untuk mencapai kepuasan maksimal. Pendapat tersebut juga diperjelas oleh Rosandi (2004), bahwa perilaku konsumtif dikarenakan adanya keinginan yang sudah mencapai taraf tidak rasional lagi.

Lina dan Rasyid (1973) juga mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku membeli barang secara berlebihan tanpa adanya pertimbangan secara rasional dan hanya mementingkan keinginan

semata yakni pembelian impulsif, pembelian tidak rasional, dan pemborosan. Perilaku konsumtif juga dapat didefinisikan sebagai tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut (Engel, 2002). Tindakan seseorang yang termasuk dalam perilaku konsumtif telah banyak ditemui di dalam kehidupan masyarakat pada era yang modern ini. Seringkali masyarakat melakukan perilaku konsumtif secara berlebihan sebagai usaha untuk memperoleh kesenangan meskipun kesenangan tersebut hanya bersifat semu.

Upaya untuk memperoleh kesenangan tersebut dilakukan dengan membeli barang secara berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis, namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya secara ekonomis. Sedangkan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman (Tambunan, 2001).

Untuk menghindari timbulnya rasa cemas dan tidak aman, seseorang harusnya dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, karena keduanya sangat berbeda. Kebutuhan bersifat naluriah sedangkan

keinginan merupakan kebutuhan buatan, yaitu kebutuhan yang dibentuk oleh lingkungan hidupnya, seperti lingkungan keluarga atau lingkungan sosial lainnya. Ferrinadewi (2008) memberikan sebuah gambaran pada jaman dahulu, bahwa konsumen membeli mobil karena untuk memenuhi kebutuhan akan kendaraan angkutan, namun saat ini konsumen tidak lagi membeli mobil semata-mata karena kebutuhan angkutan lagi tetapi juga untuk menunjang statusnya di masyarakat.

Bertentangan dengan hal tersebut, menurut (Ferrinadewi, 2008) kebutuhan manusia tersusun dalam hierarki yang paling mendesak sampai yang kurang mendesak. Berdasarkan kepentingannya, kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah kebutuhan fisik, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Jika seseorang berhasil memuaskan kebutuhannya yang penting, maka ia akan berusaha untuk memuaskan kebutuhan penting berikutnya. Hal ini berarti kepuasan dalam diri manusia hanya bersifat sementara. Keinginan yang menuntut kepuasan dapat mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif.

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 dan Izzati, 2013).

Berdasarkan pendapat dari para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah pola perilaku dalam pembelian dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu yang lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan yang didasari oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pembentukan Perilaku Konsumtif

Pembahasan mengenai perilaku konsumtif, tidak lepas dari masalah proses keputusan pembelian. Menurut Kotler (2005), perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

a. Faktor Budaya

Faktor budaya memiliki pengaruh yang luas dan mendalam terhadap perilaku. Faktor budaya antara lain terdiri dari:

1) Peran Budaya

Budaya merupakan penentu keinginan dan merupakan perilaku yang paling mendasar. Seorang anak mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari keluarganya

dan lembaga-lembaga penting lain.

2) Sub Budaya

Setiap budaya terdiri dari sub budaya yang lebih kecil, serta memberikan ciri-ciri sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya. Sub budaya terdiri dari bangsa, agama, kelompok ras dan daerah geografis.

3) Kelas Sosial Pembeli

Semua masyarakat pada umumnya memiliki strata sosial. Strata sosial tersebut biasanya terbentuk sistem kasta di mana anggota kasta yang berbeda dibesarkan dengan peran tertentu dan tidak dapat mengubah keanggotaan kasta mereka. Stratifikasi lebih sering ditemukan dalam bentuk kelas sosial.

b. Faktor Sosial

1) Kelompok Acuan

Individu sangat dipengaruhi oleh kelompok acuan mereka sekurang-kurangnya dalam tiga hal. Kelompok acuan menghadapkan seseorang pada perilaku dan gaya baru. Mereka juga mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang dan menciptakan tekanan untuk mengetahui apa yang mungkin mempengaruhi pilihan produk dan merk aktual seseorang. Tingkat pengaruh kelompok acuan terhadap produk dan merk berbeda-beda,

pengaruh utama atas pilihan merk dalam barang-barang seperti perabot dan pakaian.

2) Keluarga

Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam masyarakat, dan telah menjadi obyek penelitian yang ekstensif. Anggota keluarga merupakan kelompok acuan primer yang paling berpengaruh.

Keluarga primer terdiri dari orangtua dan saudara kandung. Melalui orangtua, individu mendapatkan orientasi agama, politik, ekonomi, ambisi pribadi, harga diri, dan cinta, meskipun pembeli tidak berinteraksi secara intensif dengan keluarganya maka pengaruh keluarga terhadap perilaku pembeli dapat tetap signifikan.

3) Peran dan Status

Peran meliputi kegiatan yang diharapkan akan dilakukan oleh seseorang. Setiap peran akan mempengaruhi beberapa perilaku pembelian. Setiap peran memiliki status. Individu memilih produk yang mengkomunikasikan peranan status mereka dalam masyarakat.

c. Faktor Personal

Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi, karakteristik pribadi tersebut terdiri dari:

1) Pekerjaan

Seorang pekerja akan membeli pakaian kerja dan sepatu kerja. Direktur perusahaan akan membeli pakaian yang mahal, perjalanan dengan pesawat udara. Pemasar berusaha mengidentifikasi kelompok pekerjaan yang memiliki minat di atas rata-rata atas produk dan jasa mereka.

2) Keadaan Ekonomi

Pilihan produk sangat dipengaruhi oleh keadaan ekonomi seseorang. Keadaan ekonomi terdiri dari penghasilan yang dapat dibelanjakan (tingkat, kestabilan, pola, waktu) tabungan dan aktiva.

3) Gaya Hidup

Orang yang berasal dari sub budaya, kelas sosial, dan pekerjaan yang samadapat memiliki gaya hidup yang berbeda. Gaya hidup individu merupakan pola hidup yang di ekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opini. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang yang berinteraksi dengan lingkungannya.

d. Faktor Psikologis

1) Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif, yang merupakan kekuatan pada diri individu dan menyebabkan individu bertindak atau berbuat. Setiap orang memiliki motivasi untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan keinginannya, motivasi juga merupakan dasar dorongan pembelian atau penggunaan suatu produk.

2) Persepsi

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, tapi bagaimana dengan individu yang termotivasi tersebut kemudian bertindak? Hal tersebut karena terpengaruh oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi. Perbedaan persepsi yang dialami individu akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian.

3) Konsep Diri

Konsep diri didefinisikan sebagai cara seseorang melihat dirinya dalam waktu tertentu sebagai gambaran mengenai apa yang dipikirkan. Setiap orang memiliki konsep tentang dirinya yang berbeda-beda, sehingga memungkinkan adanya pandangan atau persepsi yang berbeda-beda pula terhadap produk, baik berupa ataupun jasa.

4) Kepribadian

Kepribadian merupakan bentuk dan sifat yang terdapat pada diri individu dan memiliki pengaruh pada perubahan-perubahan perilaku. Kepribadian individu sangat dipengaruhi oleh faktor internal, seperti motif, IQ, emosi spiritualitas, maupun persepsi, dan faktor eksternal, seperti lingkungan, keluarga, serta masyarakat.

5) Kontrol Diri

Kontrol diri sangat dibutuhkan untuk segala jenis aktivitas yang akan dilakukan oleh individu. Salah satunya kontrol diri terhadap pengambilan keputusan dalam melakukan pembelian dan mempertimbangkan secara rasional.

6) Pengalaman Belajar

Belajar merupakan proses yang membawa perubahan dalam penampilan sebagai akibat dari pengalaman sebelumnya. Jadi perilaku yang terjadi pada konsumen dipelajari karena dipengaruhi oleh pengalaman dan proses latihan.

Faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor budaya, sosial, personal, dan psikologis. Hal tersebut telah dijelaskan bahwa perilaku konsumtif terjadi karena faktor dari dalam diri sendiri hingga yang paling luar seperti budaya.

3. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Tambunan (2001) berpendapat bahwa aspek-aspek perilaku konsumtif terdiri dari:

a. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan

Perilaku individu dalam melakukan konsumsi pembelian sebuah barang secara berlebih, indikasi kecanduan dalam pembelian barang-barang ber-merk.

1) Pemborosan

Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok. Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

2) Inefisiensi biaya

Pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja yang biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya sehingga menimbulkan inefisiensi biaya.

b. Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata

Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti arus mode,

ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memperdulikan apakah memang dibutuhkan atau tidak. Padahal hal ini justru akan menimbulkan kecemasan. Rasa cemas di sini timbul karena merasa harus tetap mengikuti perkembangan dan tidak ingin dibilang ketinggalan.

1) Mengikuti mode

Kalangan mahasiswa yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, mall sudah menjadi rumah kedua. Mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.

2) Memperoleh pengakuan sosial

Perilaku konsumtif pada remaja sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia remaja sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri. Remaja ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan itu. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sedang in (populer).

Perilaku konsumtif dilakukan oleh individu karena adanya indikasi

kecanduan untuk terus mengkonsumsi sehingga menimbulkan pemborosan. Individu yang melakukan perilaku konsumtif didasari oleh keinginan saja untuk mencapai kepuasan maksimal, hal tersebut biasanya dilakukan untuk mengikuti *trend*.

4. Ciri-ciri Perilaku Konsumtif

Ciri-ciri perilaku konsumtif menurut Sumartono (2002) adalah sebagai berikut:

- a. Membeli produk karena iming-iming hadiah menarik

Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya, melainkan hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.

- b. Membeli produk karena kemasannya menarik

Seseorang akan lebih tertarik kepada suatu barang yang kemasannya berbeda dari yang lain. Kemasan yang unik adalah pemicu seseorang untuk membeli barang tersebut.

- c. Membeli produk demi menjaga penampilan diri (gengsi)

Gengsi merupakan pemicu seseorang untuk lebih memilih membeli barang karena dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan dengan membelibarang lain yang lebih dibutuhkan.

- d. Membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat)

Konsumen cenderung berperilaku yang ditandakan oleh adanya kehidupan mewah sehingga cenderung menggunakan segala hal yang

dianggap paling mewah.

- e. Membeli produk hanya sekedar menjaga status sosial

Anggapan individu mengenai barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya.

- f. Memakai produk karena pengaruh model yang mengiklankan barang

Individu memakai sebuah produk karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model yang mengiklankan produk tersebut, ataupun karena model iklan tersebut adalah seorang idola pembeli.

- g. Munculnya penilaian bahwa membeli produk berharga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri

Individu membeli barang atau produk bukan berdasar pada kebutuhan, tetapi untuk menambah kepercayaan diri karena memiliki barang yang mahal.

- h. Keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis dengan merek berbeda

Konsumen akan cenderung menggunakan produk dengan jenis yang sama namun berbeda merk, meskipun produk tersebut belum habis terpakai hanya karena ingin mencoba membandingkan kualitas.

Ciri-ciri perilaku konsumtif yang telah disebutkan diatas cenderung dilakukan oleh individu karena atas dasar tergiur atau tergoda, sehingga individu membeli suatu barang bukan dilihat dari segi manfaatnya.

5. Perilaku Konsumtif dalam Perspektif Islam

Manusia pada dasarnya memiliki kecenderungan untuk berperilaku konsumtif, namun tidak semua orang bisa menyalurkannya. Menurut pandangan Islam, di dalam Al-Qur'an telah dijelaskan agar harta yang dimiliki setiap manusia dibelanjakan sesuai dengan aturan syara', tidak berlebihan juga tidak kikir. Hal inilah yang disebut dengan kesederhanaan Islam.

Dalam surat Al-Isra' ayat 26 menerangkan bahwa:

وَعَاتِ ذَا الْقُرْبَىٰ حَقَّهُ وَالْمِسْكِينَ وَابْنَ السَّبِيلِ وَلَا تُبَذِّرْ تَبْذِيرًا

Artinya: Dan berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang yang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros (QS. Al-Isra': 26)

Agama Islam melarang kita berperilaku berlebih-lebihan, seperti yang telah diterangkan dalam Al-Qur'an surat Al-A'raf ayat 31:

يٰٓبَنِي آدَمَ خُذُوا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوا وَاشْرَبُوا وَلَا تُسْرِفُوا

إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِينَ

Artinya: Hai anak Adam, pakailah pakaianmu yang indah disetiap (memasuki) masjid, makan dan minumlah, dan jangan berlebih-lebihan (QS Al-A'raf: 31) (Al-Qur'an dan Terjemahannya: 2014)

Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak sesuai dengan ajaran Islam

mengenai konsumsi, karena Islam tidak memperbolehkan sikap bermewah-mewahan serta melarang sikap boros dan mubadzir.

B. KONFORMITAS

1. Pengertian Konformitas

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

Menurut Cialdini dan Goldstein (2004), konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain. Konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan ada tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka. Hal pertama yang dilakukan seseorang ketika berada dalam sebuah kelompok adalah konform, yaitu melakukan tindakan atau mengadopsi sikap sebagai hasil adanya tekanan kelompok yang nyata maupun tidak nyata

(Wade dan Tavis, 2007).

David O'Sears (1985) mengatakan, bahwa konformitas merupakan suatu perilaku yang ditampilkan oleh seseorang karena disebabkan orang lain juga menampilkan perilaku tersebut. Jalaluddin (2004) juga berpendapat mengenai konformitas, bahwa bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.

Apabila seseorang melakukan perilaku tertentu secara sukarela karena disebabkan orang lain juga melakukannya, disebut dengan konformitas (Sears, Peplau, dan Taylor, 2009). Artinya 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 diri sendiri. Oleh karena itu, konformitas merupakan perubahan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain (Myers, 2012).

Konformitas terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena merasa didesak oleh orang lain (baik desakan nyata atau hanya bayangannya saja). Baron dan Byrne (2005) menjelaskan bahwa konformitas merupakan suatu bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma

sosial. Norma sosial dapat berupa *injunctive 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 dan Meinarno, 2002).

Pengertian para ahli mengenai konformitas, dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku seseorang sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok dengan acuan, baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok tersebut.

2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut Baron dan Byrne (2003), ada tiga faktor yang mempengaruhi konformitas, yaitu diantaranya:

a. Kohesivitas Kelompok

Kohesivitas diartikan sebagai derajat ketertarikan individu terhadap kelompok. Semakin menarik suatu kelompok, maka semakin besar kemungkinan seseorang untuk melakukan konformitas.

b. Ukuran Kelompok

Ukuran kelompok mempengaruhi banyaknya seseorang berperilaku. Artinya, jumlah anggota kelompok yang semakin banyak akan mempengaruhi tinggi rendahnya konformitas dalam kelompok.

c. Jenis Norma yang Berlaku

Ada dua norma sosial yang berlaku, yaitu norma *injunctive* dan norma *descriptive*. Norma *injunctive* (cenderung diabaikan) adalah norma yang menetapkan tingkah laku apa yang diterima pada situasi tertentu. Sedangkan norma *descriptive* (cenderung diikuti) yaitu norma yang hanya mengindikasikan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu.

Konformitas merupakan suatu perilaku yang cenderung mengikuti orang lain/kelompok, sehingga faktor-faktor yang mempengaruhinya yaitu berasal dari ketertarikan terhadap kelompok, banyaknya kelompok, dan mengikuti norma yang ada pada kelompok.

3. Aspek-aspek Konformitas

Menurut Baron dan Byrne (2005), ada dua aspek dalam suatu konformitas, yaitu:

a. Sosial Normatif

Aspek ini dikenal dengan pengaruh sosial normatif (*normative social influence*), yaitu keinginan agar disukai atau diterima secara

sosial. Pada aspek ini mengungkapkan adanya perbedaan atau penyesuaian persepsi, keyakinan maupun tindakan individu karena mengharapkan penghargaan positif kelompok agar memperoleh persetujuan, disukai dan terhindar dari penolakan.

b. Sosial Informatif

Aspek ini dikenal dengan pengaruh sosial informatif (*informational social influence*). Aspek ini didasarkan pada kecenderungan individu untuk bergantung pada orang lain sebagai sumber informasi tentang berbagai aspek dunia sosial karena minimnya informasi yang dimiliki oleh individu tersebut. Aspek ini individu merubah atau menyesuaikan persepsi, keyakinan maupun perilaku individu karena percaya terhadap informasi yang dianggap bermanfaat yang berasal dari kelompok sosial.

Menurut Denrell (2008), teman memiliki pengaruh berlebih terhadap diri untuk alasan informasional maupun normatif. Teman mempengaruhi pengalaman yang menginformasikan sikap individu. Konformitas akan semakin besar ketika parapartisipan merasa tidak kompeten, ketika tugas yang diberikan dirasa sulit untuk diselesaikan, dan ketika para individu tersebut ingin dianggap benar (Myers, 2012).

Dari dua aspek tersebut maka disimpulkan bahwa individu melakukan konformitas karena segala tindakannya cenderung ingin

diterima dan diakui oleh kelompok sehingga dirinya menyesuaikan keyakinan dan keinginannya dengan kelompok termasuk bergantung sumber informasi.

4. Ciri-ciri Konformitas

Menurut Sarwono (1989: 182), ciri-ciri konformitas yaitu:

- a. Besarnya kelompok, kelompok yang kecil lebih memungkinkan melakukan konformitas daripada kelompok yang besar.
- b. Suara bulat, lebih mudah mempertahankan pendapat jika banyak kawannya
- c. Keterpaduan, semakin besar keterpaduan maka akan tinggi keinginan individu untuk melakukan konformitas terhadap kelompok
- d. Tanggapan umum perilaku yang terbuka sangat dapat di dengar atau dilihat secara umum lebih mendorong konformitas dari pada perilaku yang dapat didengar atau dilihat oleh orang-orang tertentu.
- e. Komitmen umum, konformitas akan lebih mudah terjadi pada orang yang tidak mempunyai komitmen apa-apa
- f. Status, bila status individu dalam kelompok tidak ada maka individu akan melakukan konformitas agar dirinya dapat memperoleh status sesuai harapannya.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri seorang melakukan konformitas, adalah di dalam suatu kelompok dirinya tidak mempunyai

pendirian teguh terhadap komitmennya sehingga ia mudah terpengaruh.

5. Konformitas dalam Perspektif Islam

Ikut-ikutan atau yang disebut dengan konformitas sama halnya dengan orang yang tidak memiliki pendirian. Seseorang yang tidak memiliki pendirian adalah seseorang yang tidak memiliki kepribadian dan identitas yang kokoh nan mandiri. Pribadi seseorang yang berkonformitas akan menyesuaikan dirinya dengan warna lingkungan tersebut tanpa menyaring sisi negatifnya. Allah telah memberikan perintah kepada manusia untuk berpegang teguh pada pendiriannya dan tetap di jalan-Nya yang benar. Ayat tersebut dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Hud ayat 112:

فَاسْتَقِمَّ كَمَا أَمَرْتَ وَمَنْ تَابَ مَعَكَ وَلَا تَطْغَوْا إِنَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ بَصِيرٌ

Artinya: "Maka tetaplah kamu pada jalan yang benar, sebagaimana diperintahkan kepadamu dan (juga) orang yang telah taubat beserta kamu dan janganlah kamu melampaui batas. Dia Maha Melihat apa yang kamu kerjakan".

Ayat diatas telah memperingatkan kepada manusia untuk tetap di jalan yang benar dan tidak melampaui batas. Ikut-ikutan atau berkonformitas dalam melakukan perilaku konsumtif, adalah suatu tindakan yang tidak benar karena perilaku tersebut mencerminkan kepribadian yang tidak memiliki pendirian yang tetap.

C. KONTROL DIRI

1. Pengertian Kontrol Diri

Kontrol diri adalah kemampuan untuk menekan atau mencegah tingkah laku yang menurut kata hati atau semauanya (Anshari, 1996). Menurut Borba (2008), kontrol diri adalah kemampuan seseorang dalam mengendalikan perasaan, pikiran, serta tindakan agar dapat menahan dorongan dari dalam maupun luar sehingga seseorang mampu bertindak dengan benar. Kemampuan untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan untuk menarik perhatian, keinginan untuk mengubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, selalu nyaman dengan orang lain, menutup perasaannya (Gufron dan Risnawati, 2011).

Sedangkan menurut kamus psikologi (Chaplin, 2002), definisi kontrol diri atau *self control* adalah kemampuan individu untuk mengarahkan tingkah lakunya sendiri dan kemampuan untuk menekan atau menghambat dorongan yang ada. Kontrol diri sebagai suatu kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur dan mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu kearah konsekuensi positif.

Sebagai salah satu sifat kepribadian, kontrol diri pada setiap individu tidaklah sama. Ada individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi dan ada yang memiliki kontrol diri yang rendah. Individu yang memiliki kontrol diri yang tinggi, mampu untuk mengubah kejadian dan menjadi

agen utama dalam mengarahkan dan mengatur perilaku yang membawa kepada konsekuensi positif. Terkadang suatu perilaku menghasilkan konsekuensi positif tetapi ada kemungkinan menghasilkan konsekuensi negatif. Oleh karena itu, kontrol diri selain berubah kemampuan untuk mendapatkan konsekuensi positif juga merupakan kemampuan untuk mengatasi konsekuensi negatif (Widiana, dkk, 2004). Kontrol diri merupakan variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan, serta kemampuan mahasiswa untuk memilih suatu tindakan yang ia yakini (Averill 1973).

Berkaitan dengan pengertian kontrol diri, beberapa psikolog penganut behaviorisme memberikan batasan-batasan. Batasan tersebut adalah sebagai berikut, seseorang menggunakan kontrol dirinya bila demi tujuan jangka panjang, individu dengan sengaja menghindari melakukan perilaku yang biasa dikerjakan atau yang segera memuaskannya yang terjadi secara bebas tetapi malah menggantinya dengan perilaku yang kurang biasa dikerjakan atau yang segera memuaskannya yang kurang biasa atau menawarkan kesenangan yang tidak segera dirasakan (Mufidah, 2008).

Kontrol diri merupakan suatu kecakapan individu dalam kepekaan membaca situasi diri dan lingkungannya serta kemampuan untuk mengontrol dan mengelola faktor-faktor perilaku sesuai dengan situasi dan kondisi untuk menampilkan diri dalam melakukan sosialisasi. Kemampuan

untuk mengendalikan perilaku, kecenderungan untuk menarik perhatian, keinginan untuk merubah perilaku agar sesuai untuk orang lain, selalu nyaman dengan orang lain, menutup perasaannya (Ghufron dan Risnawati, 2011). Sejalan dengan pendapat Averill (1973), kontrol diri didefinisikan sebagai variabel psikologis yang mencakup kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan yang ia yakini.

Saat berinteraksi dengan orang lain, seseorang akan berusaha menampilkan perilaku yang dianggap paling tepat bagi dirinya, yaitu perilaku yang dapat menyelamatkan interaksi-interaksi dari akibat negatif yang diakibatkan karena respon yang dilakukannya. Perlunya kontrol diri adalah untuk membantu seseorang dalam mengatasi kemampuannya yang terbatas dan mengatasi berbagai hal merugikan yang mungkin terjadi yang berasal dari luar (Ghufron dan Risnawati, 2011).

Kontrol diri berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dari dalam dirinya (Ghufron dan Risnawati, 2011). Menurut konsep ilmiah, pengendalian emosi berarti mengarahkan energi emosi ke saluran ekspresi yang bermanfaat dan dapat diterima secara sosial. Konsep ilmiah menitikberatkan pada pengendalian tetapi tidak sama dengan penekanan.

Hurlock (2006) mengemukakan tiga kriteria emosi yang dilakukan individu untuk mengarahkan ke arah yang lebih baik:

- a. Dapat melakukan kontrol diri yang bisa diterima secara sosial
- b. Dapat memahami seberapa banyak kontrol yang dibutuhkan untuk memuaskan kebutuhannya dan sesuai dengan harapan masyarakat
- c. Dapat menilai situasi secara kritis sebelum merespon dan memutuskan cara bereaksi terhadap situasi tersebut

Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dapat diartikan sebagai suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku tersebut antara lain yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Apabila seseorang memiliki tingkat kontrol diri yang tinggi maka semakin intens pengendalian terhadap tingkahlaku.

2. Aspek-aspek Kontrol Diri

Ghufron dan Risnawati (2010) menyimpulkan bahwa terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu diantaranya meliputi:

- a. Kontrol Perilaku

Kesiapan individu merespon suatu stimulus yang secara langsung memperoleh keadaan tidak menyenangkan dan langsung mengantisipasinya serta berguna mengurangi perilaku berlebihan yang dapat memberikan kepuasan dengan segera. Kontrol perilaku terbagi

menjadi dua komponen, yaitu mengatur pelaksanaan (*regulated administration*) dan kemampuan memodifikasi stimulus (*stimulus modifiability*). Kemampuan mengatur pelaksanaan merupakan kemampuan individu untuk menentukan siapa yang mengendalikan situasi atau keadaan. Sedangkan kemampuan mengatur stimulus merupakan kemampuan untuk mengetahui bagaimana dan kapan suatu stimulus yang tidak dikehendaki dihadapi seperti mencegah atau menjauhi stimulus.

b. Kontrol Kognitif

Kemampuan individu dalam mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan menilai atau menghubungkan suatu kejadian dengan mengurangi tekanan. Aspek ini terdiri dari dua komponen, yaitu memperoleh informasi (*information gain*) dan melakukan penilaian (*appraisal*). Individu dapat mengantisipasi keadaan yang tidak menyenangkan melalui informasi yang diperoleh dan berusaha menilai dan menafsirkan keadaan atau peristiwa dengan memerhatikan segi-segi positif secara objektif.

c. Kontrol Keputusan

Kemampuan individu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi dengan adanya kesempatan, kebebasan atau

kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan.

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kontrol Diri

Secara garis besar, faktor-faktor yang mempengaruhi kontrol diri terdiri dari faktor internal dan eksternal (Ghufron dan Risnawati, 2011):

a. Faktor internal

Usia dan kematangan adalah faktor internal yang ikut andil dalam kontrol diri. Semakin bertambahnya usia seseorang, maka akan semakin baik kemampuan untuk mengontrol diri.

b. Faktor eksternal

Lingkungan keluarga, terutama orangtua merupakan salah satu bagian dari faktor eksternal. Orangtua yang menentukan bagaimana kemampuan mengontrol diri seseorang. Ghufron (2011) telah melakukan penelitian, yang menunjukkan bahwa persepsi remaja terhadap penerapan disiplin orangtua yang semakin demokratis cenderung diikuti tingginya kemampuan mengontrol diri. Oleh karena itu, apabila orangtua menerapkan sikap disiplin kepada anaknya secara intens sejak dini, dan orangtua tetap konsisten terhadap semua konsekuensi yang dilakukan anak bila ia menyimpang dari yang sudah ditetapkan, maka sikap konsisten ini akan diinternalisasi oleh anak dan kemudian akan menjadi kontrol bagi dirinya.

4. Cara Kontrol Diri dengan Baik

Berikut adalah beberapa cara untuk mengendalikan diri dengan baik menurut Marita (2014):

a. Dengan prinsip kemoralan

Prinsip kemoralan yang dimaksud adalah seperti menjaga sikap, ucapan, maupun menjaga dari pikiran-pikiran negatif terhadap apapun yang dihadapi.

b. Menggunakan kesadaran

Pada umumnya seseorang tidak mampu menangkap pikiran atau perasaan yang negatif muncul. Dengan demikian mereka langsung lumpuh dan dikuasai oleh pikiran dan perasaan mereka.

c. Merenung

Saat kita benar-benar dikuasai emosi negatif seperti perasaan ingin marah, coba lakukan perenungan.

d. Sabar

Emosi itu seperti halnya pikiran, yaitu sama-sama tidak stabil. Maka dari itu, usahakan agar tidak larut dalam emosi. Gunakan kesabaran, lalu kemudian berpikir untuk menentukan respon yang bijaksana dan bertanggungjawab.

e. Menyibukkan diri dengan pikiran atau aktivitas positif

Dengan melakukan aktivitas positif yang disenangi seperti menonton

film, maka pengaruh dari keinginan atau suatu emosi negatif akan mereda.

Cara-cara yang telah dijelaskan di atas apabila dilakukan mampu menguatkan pengendalian dalam diri (kontrol diri) sehingga menciptakan mental yang sehat. Seseorang yang bermental sehat, akan mampu menunda pemuasan kebutuhannya atau dapat mengendalikan diri dari keinginan-keinginan yang bisa menyebabkan hal-hal yang merugikan (Zakiyah, 2012).

5. Kontrol Diri dalam Perspektif Islam

Allah menciptakan manusia dengan kemampuan berpikir sehingga dapat mengarahkan perilakunya sesuai dengan arah yang dituju untuk mencapai suatu tujuan dalam hidupnya, hal tersebut yang dinamakan kontrol diri. Kontrol diri merupakan potensi dalam individu yang sangat berguna untuk menjalani kehidupan agar perilaku kita sesuai dengan norma sosial yang ada.

Kontrol diri jika ditinjau dari perspektif Islam, sama dengan *Mujahadah an-nafs*, yang memiliki makna perjuangan sungguh-sungguh atau jihad dalam melawan ego (nafsu). Nafsu yang ada dalam diri seseorang cenderung hanya untuk mencari kesenangan, sehingga orang yang menuruti keinginannya demi kesenangan tersebut merupakan orang yang telah diperbudak oleh nafsunya sendiri. Oleh karena itu, Rasulullah SAW

menegaskan bahwa jihad melawan nafsu lebih berat daripada melawan orang lain (*qital*). Allah telah memberikan perintah kepada umatnya untuk mengontrol diri, yang di nash kan dalam Al-Qur'an surat An-Naziat: 40:

وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَنَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ

Artinya: “Dan adapun orang-orang yang takut kepada kebesaran Tuhannya dan menahan diri dari keinginan hawa nafsunya”. (QS. An-Naziat: 40).

Imam Ibn Al-Qayyim berkata: “Allah menggantungkan hidayah dengan laku jihad. Maka orang yang paling sempurna hidayah (yang diperoleh)-nya adalah dia yang paling besar laku jihadnya. Jihad yang paling fardhu adalah jihad melawan nafsu, melawan syahwat, melawan syetan, melawan rayuan duniawi. Siapa yang bersungguh-sungguh dalam melawan keempat hal tersebut, Allah akan menunjukkan padanya jalan ridha-Nya yang akan mengantarkannya ke pintu surga-Nya. Sebaliknya, siapa yang meninggalkan jihad, makai ia sepi dari hidayah”.

Menurut penjelasan yang ada pada Al-Qur'an dan Hadits yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa kontrol diri dalam Islam yaitu berperang (jihad) dalam melawan nafsu atau impuls-impuls negatif. Perilaku konsumtif merupakan impuls negatif yang harus diberikan dorongan untuk melawan nafsu agar manusia dapat melawan rayuan duniawi, dimana hal tersebut hanya menuruti keinginan dan kesenangan sementara.

D. PENGARUH KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Konformitas (*conformity*) adalah perubahan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain (Myers, 2012). Perubahan perilaku yang terjadi pada mahasiswa adalah 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 anggota kelompok.

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

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

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).

Perilaku membeli di kalangan mahasiswa dapat menjadi ajang pemborosan biaya jika perilaku konsumtif yang timbul didasarkan pada faktor-faktor di atas, dengan kata lain mahasiswa belum memiliki penghasilan sendiri dan melakukan pembelian secara berlebihan dari uang yang diberikan (Tambunan, 2001).

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 siapa orang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja (Kotler, Philip, Keller, & Kevin, 2000).

Lingkungan dalam kelompok acuan sangat berpengaruh dalam berperilaku konsumtif. Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa mahasiswa yang menginginkan kedekatan terhadap kelompok 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. Konformitas yang dilakukan mahasiswa, mereka akan berusaha untuk menyamakan tingkah laku, hobi, gaya hidup, *fashion* agar tidak beda dengan teman-temannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.

Berdasarkan penjelasan tersebut, seorang mahasiswa yang menginginkan kedekatan terhadap kelompok sebayanya demi menjalin persahabatan akan lebih mudah melakukan konformitas, mengikuti norma yang berlaku pada kelompok yang ingin dimasuki meskipun tidak ada paksaan baik secara nyata maupun tidak nyata. Mayoritas mahasiswa akan berusaha untuk menyamakan tingkah laku seperti hobi, *trend*, gaya hidup agar tidak dianggap beda oleh teman-temannya sehingga dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya. Hal tersebut dapat menimbulkan terjadinya perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Konformitas bukan perilaku yang bisa dianggap sepenuhnya negatif, namun adapula suatu konformitas yang mengarah ke positif sesuai dengan pengaruh lingkungan sekitar. Apabila mahasiswa berada dalam suatu *conform* yang masing-masing anggota kelompoknya mempengaruhi untuk berperilaku konsumtif, maka suatu konformitas tersebut tidak dapat dibenarkan.

Perilaku konform ini dapat terjadi pada mahasiswa karena mahasiswa berada dalam fase adaptasi terhadap pola-pola kehidupan masyarakat yang baru. Dalam hal ini mahasiswa dituntut untuk bisa beradaptasi dengan kebiasaan kelompoknya sesuai dengan norma sosial yang ada pada kelompok. Pada teori Kotler (2014) salah satu faktor dari perilaku konsumtif yaitu kelompok anutan, jika seseorang mengikuti norma dan budaya yang ada pada kelompok anutan maka seseorang tersebut telah berperilaku konform. Tentunya mahasiswa di zaman sekarang tidak dapat terlepas dari trend. Hanurawan (2018) para pemilik usaha menganggap salah satu sasaran strategi marketing yaitu kelompok usia dengan memperhatikan fenomena tertentu seperti kelompok usia remaja hingga dewasa awal yang merupakan masyarakat melek teknologi.

Mahasiswa tidak dapat terlepas dari perilaku konsumtif karena dituntut oleh lingkungan kelompoknya untuk mengikuti trend yang ada sebagai bentuk kekompakan kelompok. Hal ini diperkuat oleh teori Kim & Markus yang telah diperbarui oleh Suminar & Meiyuntari (2015) bahwa konformitas dalam pemilihan atau pembelian produk mengacu pada otoritas dan keinginan kelompok ingroup. Pada akhirnya mahasiswa harus bisa menentukan dan memilah pengaruh dari lingkungan teman dalam kelompok sebayanya. Adapun aspek-aspek konformitas sendiri terdiri dari keinginan untuk mengidentifikasi orang lain dan menirunya, mengikuti kelompok guna menghindari konflik dan memilih menjadi pengikut.

Asumsi peneliti adalah konformitas dapat mempengaruhi intensitas mahasiswa dalam berbelanja. Ketika mahasiswa memiliki keinginan untuk mengidentifikasi orang lain dan menirunya maka secara tidak sadar mahasiswa akan melakukan hal-hal yang dilakukan oleh orang yang mendominasi tersebut tanpa memikirkan secara matang konsekuensinya. Perilaku konsumtif juga dapat terjadi jika mahasiswa memilih untuk mengikuti kelompok guna menghindari konflik karena timbulnya asumsi akan dikucilkan jika menjadi berbeda hal ini dapat berupa perbedaan pendapat, perbedaan hobi atau memiliki penampilan yang berbeda dari para anggota dalam kelompok.

Jika mahasiswa memilih menjadi pengikut, maka mahasiswa akan kehilangan identitas diri karena ada rasa keterikatan yang membuat mahasiswa mengikuti pihak-pihak yang mendominasi karena mahasiswa tidak ingin menjadi berbeda ketika berada di dalam kelompok atau lingkungan sebayanya. *Trend-trend* yang beredar pun dapat membuat mahasiswa menjadi lebih konsumtif hanya karena tidak ingin berbeda dengan orang lain dan tidak ingin dianggap ketinggalan zaman.

E. PENGARUH KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

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

Kontrol diri merupakan salah satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat di lingkungan 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 dan Risnawati, 2004).

Kontrol diri merupakan bagian dari sifat kepribadian, yang memiliki tingkatan berbeda-beda pada setiap mahasiswa. Ada mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang rendah dan ada pula yang tinggi. Mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi mampu mengarahkan dan mengatur perilakunya, serta membawanya kepada konsekuensi perilaku positif.

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

Kontrol diri memiliki beberapa aspek seperti disiplin diri, tindakan non impulsif, kebiasaan sehat, regulasi diri dan reliabilitas diri. Mahasiswa yang

tidak dapat terlepas dari budaya konsumtif harus memiliki kontrol diri yang baik agar tidak terjerumus ke dalam hal ini. Pada teori Kotler salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepribadian (Utami, 2014). 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 (*renforce oneself*) (Alwisol, 2004).

Penjelasan diatas dapat diartikan bahwa perilaku konsumtif banyak melanda kehidupan pada mahasiswa yang sebenarnya mereka belum sepenuhnya memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya. Seringkali mahasiswa juga dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena adanya *trend fashion* sehingga mendorong munculnya gejala dalam membeli yang tidak wajar. Dalam hal ini membeli tidak dilakukan karena berdasarkan kebutuhan, namun lebih berdasarkan keinginan.

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 mahasiswa dipengaruhi oleh banyak faktor,

salah satunya adalah kepribadian. Setiap orang mempunyai kepribadian yang berbeda-beda, dimana hal ini juga akan mempengaruhi perilaku pembelian. Perilaku pembelian seseorang dapat dipengaruhi dan dikendalikan oleh kontrol diri, sebagaimana pendapat yang dikemukakan oleh Munandar bahwa kontrol diri merupakan salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam membeli atau menggunakan barang dan jasa. William J. Stanton juga berpendapat bahwa, kontrol diri merupakan salah satu sifat kepribadian yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumen (Mangkunegara, 2002).

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

Menurut Chita et al. (2015) jika seseorang memiliki kontrol diri tinggi maka ia akan bisa mempertimbangkan segala sesuatu secara matang ke arah konsekuensi yang positif, begitu pula sebaliknya jika memiliki kontrol diri rendah maka individu akan cenderung kurang bisa mempertimbangkan hal-hal ke arah konsekuensi positif. Kemudahan dalam penggunaan *e-commerce* juga dapat menjadi salah satu alasan mahasiswa tidak dapat mengontrol diri dan menjadi lebih konsumtif. Perilaku konsumtif memiliki aspek-aspek antara lain

pembelian impulsif, pemborosan, serta mencari kesenangan. Kemudahan dalam penggunaan aplikasi e-commerce dapat menunjang perilaku konsumtif pada seseorang (Moser, 2020). Dalam menyikapi hal ini mahasiswa harus bisa menghadapi secara positif agar perilaku konsumtif tidak semakin merebak karena adanya aplikasi berbelanja praktis seperti Shopee dan dituntut untuk bisa mengatur dan membimbing dirinya terhadap hal-hal yang mengarah pada budaya konsumtif agar perilaku konsumtif dapat diminimalisir.

Asumsi peneliti ialah kemampuan mahasiswa dalam mengontrol diri dapat membantu mereka agar tidak berperilaku konsumtif. Aspek disiplin diri dapat membuat mahasiswa bertindak untuk mengatur pengeluaran yang rasional seperti pembuatan rencana pengeluaran atau belanja bulanan, aspek tindakan non impulsif dapat membuat mahasiswa dapat melakukan sesuatu dengan memikirkan sebab dan akibat, aspek kebiasaan sehat adalah kemampuan mahasiswa dalam mengendalikan kebiasaan baik seperti mengatur keuangan dan mengatur pemakaian barang-barang yang dimiliki, aspek regulasi diri dapat membuat mahasiswa mampu mengatur pikiran, perasaan maupun perilaku ketika ada dorongan untuk berbelanja secara impulsif maupun kompulsif, serta aspek reliabilitas diri dapat membuat mahasiswa mempertanggung jawabkan pilihannya ketika telah mengambil keputusan dalam berbelanja.

F. PENGARUH KONFORMITAS DAN KONTROL DIRI TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF

Menurut Sarwono (2005), individu yang melakukan konformitas adalah individu yang menyamakan perilakunya dengan perilaku orang lain atas dasar keinginannya sendiri dengan tujuan agar dapat diterima di dalam kelompok yang ia inginkan. Apabila terdapat seseorang dalam suatu kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu yang sama karena mengikuti anggota kelompok lainnya maka hal tersebut juga dapat dikatakan dengan konformitas (Jalaluddin 2004). Konformitas muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain yang disebabkan karena ada tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh mereka.

Hal pertama yang dilakukan individu ketika berada dalam sebuah kelompok konform, yaitu melakukan tindakan atau mengadopsi sikap sebagai hasil adanya tekanan kelompok yang nyata maupun tidak nyata (Wade dan Tavris, 2007). Kelompok acuan pastinya memiliki persepsi dan norma yang berlaku, hal ini juga memiliki pengaruh pada tingkat konformitas mahasiswa. Mahasiswa mudah terpengaruh oleh berbagai aktivitas teman kelompoknya termasuk aktivitas berbelanja dikarenakan mahasiswa membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosial (Mariyanti dan Anggreini, 2014). Agar tidak ditolak oleh teman sekelompoknya, mahasiswa cenderung mengikuti prinsip yang sama dalam kelompok tersebut agar dapat diterima dengan baik (Mappiare, 2012). Salah

satunya adalah dengan mengikuti gaya hidup konsumen kelompoknya. Oleh karena itu jika seorang teman membeli produk atau barang tertentu di Shopee, maka temannya yang lain juga akan membelinya.

Hal tersebut telah dijelaskan oleh Baron dan Byrne (2005) bahwa alasan mahasiswa melakukan konformitas adalah supaya disukai oleh kelompoknya dan terhindar dari penolakan. Hal tersebut memicu mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan tindakan-tindakan yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan barang-barang jasa ekonomis termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut (Engel, 2002).

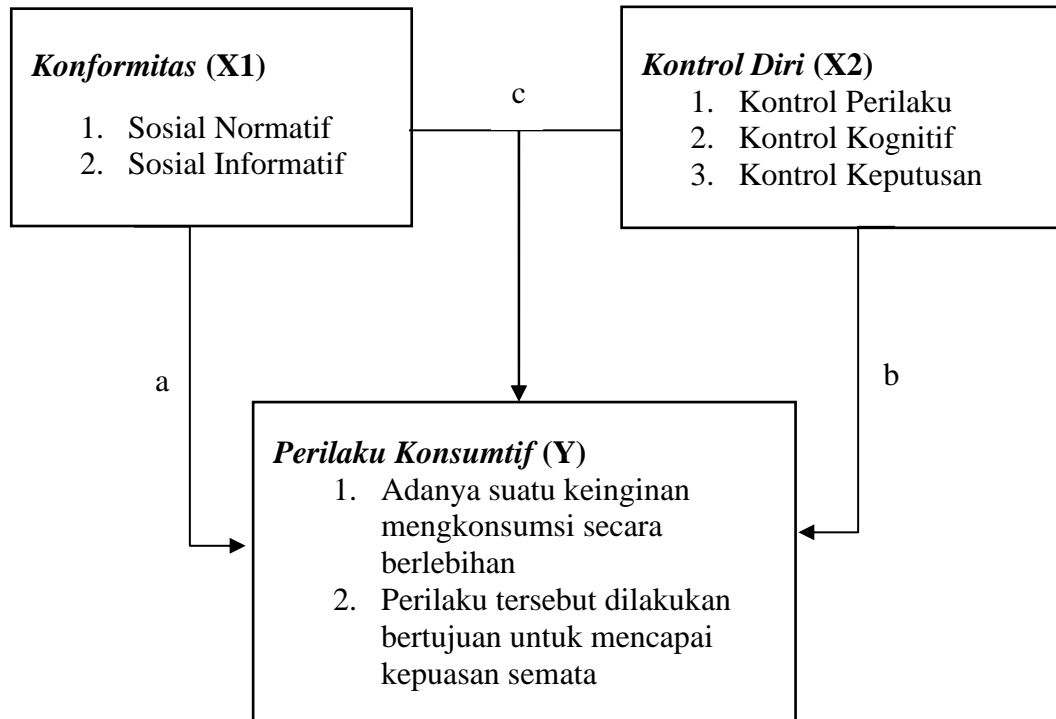
Tindakan mahasiswa yang termasuk dalam perilaku konsumtif telah banyak ditemui di dalam kehidupan masyarakat pada era yang modern ini. Seringkali mahasiswa melakukan perilaku konsumtif sebagai usaha untuk memperoleh kesenangan meskipun kesenangan tersebut hanya bersifat semu. Upaya untuk memperoleh kesenangan tersebut dilakukan dengan membeli barang secara berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis, namun perilaku konsumtif dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dengan cara yang kurang tepat. Perilaku tersebut menggambarkan sesuatu yang tidak rasional dan bersifat kompulsif sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya secara ekonomis. Sedangkan secara psikologis menimbulkan kecemasan dan rasa tidak aman (Tambunan, 2001).

Untuk menghindari timbulnya rasa cemas dan tidak aman, seseorang harusnya dapat membedakan antara kebutuhan dan keinginan, serta dibutuhkan pengendalian dalam diri. Kemampuan untuk memodifikasi perilaku, kemampuan dalam mengelola informasi yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih suatu tindakan yang diyakini disebut dengan kontrol diri (Averill, 1973). Kontrol diri sangat dibutuhkan untuk membantu mahasiswa dalam mengatasi kemampuannya yang terbatas dan mengatasi berbagai hal merugikan yang mungkin terjadi yang berasal dari luar (Ghufron dan Risnawati, 2011). Hal merugikan yang dimaksud sama dengan halnya ketika mahasiswa terjebak dalam perilaku konsumtif. Namun apabila mahasiswa memiliki kontrol diri yang kuat, maka mahasiswa dapat mengatur perilaku konsumtif dengan mengerem rasa puasnya yang di peroleh dari berbelanja (Dewinda dan Susilarini, 2021).

Mahasiswa yang berada pada suatu kelompok dan melakukan konformitas, mereka menginginkan dirinya agar mendapat pengakuan dari kelompoknya. Apabila suatu kelompok melakukan konsumsi secara berlebih dan anggotanya juga mengikuti, maka akan timbul suatu perilaku konsumtif pada kelompok tersebut. Semakin tinggi tingkat konformitasnya maka juga semakin tinggi perilaku konsumtif tersebut. Maka diperlukannya kontrol diri pada mahasiswa untuk dapat memperkuat pendiriannya agar tidak tergiur dan terjebak dalam suatu konformitas yang dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

G. KERANGKA BERPIKIR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir



Keterangan:

- Konformitas (X1) Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
- Kontrol Diri (X2) Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)
- Konformitas (X1) dan Kontrol Diri (X2) Berpengaruh Terhadap Perilaku Konsumtif (Y)

H. HIPOTESIS PENELITIAN

H1 : terdapat pengaruh antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

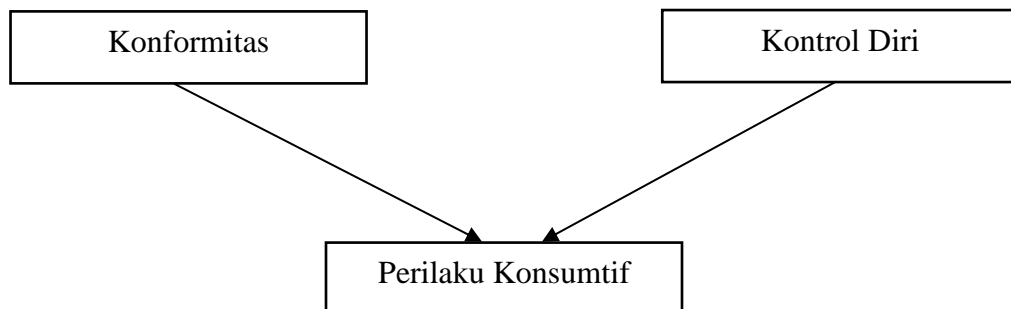
BAB III

METODE PENELITIAN

A. DESAIN PENELITIAN

Untuk mencapai suatu kebenaran ilmiah diperlukan adanya metode penelitian ilmiah yang sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang mana penelitian tersebut menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2013). Dalam penelitian kuantitatif, banyak dituntut menggunakan angka mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap angka, serta penampilan dari hasilnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif berbelanja *online* di Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang.

Penelitian ini menggunakan tiga variabel, diantaranya terdapat dua variabel bebas (X1 dan X2) yang mempengaruhi satu variabel terikat (Y).



Gambar 3.1 Rancangan Desain Penelitian

B. IDENTIFIKASI VARIABEL

Dalam penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas dan variabel terikat:

1. Variabel bebas (*independent variable*) atau variabel X adalah variabel yang mungkin menyebabkan, mempengaruhi, atau berefek pada *outcome* (Creswell, 2013). Penelitian ini menggunakan konformitas sebagai variabel X1 dan kontrol diri sebagai variabel X2.
2. Variabel terikat (*dependent variable*) atau variabel Y adalah variabel (akibat) bergantung pada variabel-variabel bebas. Variabel-variabel terikat ini merupakan *outcome* atau hasil dari pengaruh variabel-variabel bebas (Creswell, 2013). Dan dalam penelitian ini, perilaku konsumtif merupakan variabel terikat atau variabel Y.

C. DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel tersebut yang dapat diamati. Azwar (2011) berpendapat bahwa peneliti harus memilih dan menentukan definisi operasional yang paling relevan bagi variabel yang ditelitinya. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Konformitas (X1)

Konformitas adalah perubahan perilaku seseorang sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok dengan acuan, baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok tersebut. Konformitas ini akan diukur dengan menggunakan aspek yang telah dikemukakan oleh Baron dan Byrne (2005), yaitu aspek sosial normatif dan sosial informatif.

2. Kontrol Diri (X2)

Kontrol diri merupakan suatu aktivitas pengendalian tingkah laku. Pengendalian tingkah laku tersebut antara lain yaitu melakukan pertimbangan-pertimbangan terlebih dahulu sebelum memutuskan sesuatu untuk bertindak. Kontrol diri mahasiswa fakultas ekonomi diukur dengan menggunakan beberapa aspek yang dikemukakan oleh Averill (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010) yaitu kontrol perilaku, kontrol kognitif, dan kontrol keputusan.

3. Perilaku Konsumtif (Y)

Perilaku konsumtif adalah pola perilaku dalam pembelian dan menggunakan barang yang tidak didasarkan pada pertimbangan yang rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu yang

lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan yang didasari oleh hasrat keduniawian dan kesenangan semata. Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa fakultas ekonomi akan diukur menggunakan aspek-aspek berdasarkan aspek Tambunan (2001) yaitu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku tersebut dilakukan untuk mencapai keinginan semata.

D. SUBYEK PENELITIAN

1. Populasi

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. Jadi, populasi bukan hanya orang, tetapi obyek dan benda-benda alam lainnya juga merupakan populasi. Karena populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek tersebut (Sugiyono, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang berjumlah 288 mahasiswa (pertanggal 6 September 2021), dimana mahasiswa laki-laki dan perempuan berjumlah masing-masing 144 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin. Berikut adalah rumus dan cara perhitungannya:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan:

n = Sampel

N = Populasi

e = Persentase kesalahan yang diinginkan/ditolerir (sebesar 5%)

$$n = \frac{244}{1 + 244(0.05)^2}$$

$$n = 151.55$$

Berdasarkan perhitungan rumus Slovin tersebut terdapat hasil sebanyak 151.55, maka jika dibulatkan menjadi 152. Artinya, sampel yang akan diambil oleh penelitian ini adalah sebanyak 152 mahasiswa. Namun peneliti memberi sampel lebih sebanyak 7 responden sehingga total sampel pada penelitian ini sebanyak 159 mahasiswa.

Jumlah mahasiswa yang dijadikan sampel tersebut dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan sekelompok subyek yang didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang

mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Hadi, 2004).

Adapun kriteria yang dibutuhkan dalam sampel penelitian ini yaitu:

- 1) Mahasiswa fakultas Ekonomi UIN Malang angkatan 2017
- 2) Pengguna aktif aplikasi “Shopee”
- 3) Pernah membeli barang apapun di Shopee

E. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

1. Instrumen Pengumpulan Data

Metode pengambilan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner yang berupa skala. Skala merupakan sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk mengungkap suatu konstruk atau konsep psikologis yang menggambarkan aspek kepribadian individu (Azwar, 2011).

Menurut Azwar (2011) skala yang digunakan dalam penelitian ini merupakan modifikasi skala Likert, dimana masing-masing skala memiliki ciri-ciri empat alternatif jawaban yang dipisahkan menjadi pernyataan favorable dan pernyataan unfavorable, dengan cara penilaian dengan menggunakan empat kategori jawaban yaitu sebagai berikut.

Tabel 3.1 Kategori Jawaban

Kategori Jawaban	Favorable	Unfavorable
Sangat Tidak Setuju	1	4
Tidak Setuju	2	3
Setuju	3	2
Sangat Setuju	4	1

Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel yang akan diungkap, yaitu skalaperilaku konsumtif, konformitas, dan kontrol diri.

a. Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif ini merupakan skala dari Aqila (2020) yang disusun berdasarkan aspek dari Tambunan (2001). Indikator dari setiap aspek dan jumlah aitem dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Blueprint perilaku konsumtif

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
Keinginan mengkonsumsi secara berlebihan	Pemborosan	1, 2	5, 6	4
	Inefisiensi biaya	3, 4	7, 8	4
Dilakukan untuk mencapai kepuasan semata	Mengikuti mode	9, 10	13, 14	4
	Memperoleh pengakuan sosial	11, 12	15, 16	4
Jumlah				16

b. Konformitas

Skala yang digunakan untuk memperoleh data konformitas disusun oleh Irmatus Saadah (2016) mengacu pada aspek-aspek yang dikemukakan oleh Baron dan Byrne (2005). Indikator-indikator dari setiap aspek yang sudah dijelaskan dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 3.3
Blueprint konformitas

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
Sosial Normatif	Mengikuti aturan atau norma-norma dalam kelompok	2, 4	6	3
	Mengubah perilakunya agar sesuai dengan kebiasaan temannya	3, 5	8	3
Sosial Informatif	Menerima pendapat kelompoknya	1, 7	10	3
	Membenarkan semua tindakan kelompoknya	9		1
Jumlah				10

c. Kontrol Diri

Skala kontrol diri disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Averill (dalam Ghufron dan Risnawati, 2010). Indikator-indikator dari setiap aspek dapat dilihat dalam tabel berikut.

Tabel 3.4
Blueprint kontrol diri

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
Kontrol Perilaku (<i>Behavior Control</i>)	Mampu mengatur pelaksanaan	1, 2, 3	6, 7	5
	Kemampuan mengatur stimulus	4, 5	8	3
Kontrol Kognitif (<i>Cognitive Control</i>)	Kemampuan mengontrol informasi	9	12, 13	3
	Mampu melakukan penilaian	10, 11	14	3
Kontrol Keputusan (<i>Decision Control</i>)	Kemampuan untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini	15, 16	17	3
Total				17

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas dan reliabilitas digunakan dalam sebuah penelitian yaitu untuk mengetahui alat ukur apa yang digunakan dalam mengukur aspek-aspek yang terdapat dalam penelitian. Validitas merujuk pada sejauh mana skala mampu mengungkapkan dengan akurat mengenai atribut yang dirancang untuk mengukurnya (Azwar, 2012).

Selain itu, validitas mengacu pada kelayakan, kebermaknaan, dan kebermanfaatan inferensi tertentu yang telah dibuat berdasarkan skor hasil tes yang bersangkutan (Azwar, 2012). Pada umumnya aitem dengan koefisien > 0.30 dianggap sebagai aitem yang memiliki validitas yang baik. Namun, apabila jumlah aitem yang memiliki koefisien < 0.30 maka dapat diturunkan menjadi 0.25 sehingga jumlah aitem dapat tercapai. Berikut uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

1) Uji Validitas CVR

Pada penelitian ini peneliti menggunakan CVR (Content Validity Ratio) dengan tujuan untuk mengetahui tingkat esensial dan relevan suatu aitem. Nilai CVR memiliki rentang antara -1.00 sampai dengan +1.00. Menurut (S. Azwar, 2012b) dalam mengukur tingkat validitas isi aitem berdasarkan data empirik membutuhkan penilaian dari SME (Subyek Matter Experts) atau panelis.

Rumus untuk menghitung CVR yaitu

$$CVR = \left(\frac{2Ne}{n} \right) - 1$$

Keterangan:

CVR : *Content Validity Ratio*

Ne : Jumlah panelis yang memberikan nilai

N : Jumlah semua panelis

Berikut data para ahli yang bersedia melakukan CVR, yaitu dijabarkan pada tabel

Tabel 3.5 Data Panelis CVR

Nama	Pelaksanaan
Selly Candra Ayu, M. Si	23 – 30 November 2021
Novia Solichah, M. Psi	27 – 29 November 2021
Rika Fuaturosidah, S. Psi., MA	22 – 23 Desember 2021
Elok Faiz Fatma El Fahmi, M. Si	23 November – 7 Desember 2021
Abd. Hamid Cholili, M. Psi	23 November – 17 Desember 2021

Pelaksanaan CVR dilakukan secara *online* dengan cara membagikan dokumen melalui platform *whatsapp* yang terdiri dari identitas panelis, definisi operasional, blueprint, skala, petunjuk pengisian, dan penilaian. Variabel yang di uji validitas menggunakan CVR dalam penelitian ini adalah variabel perilaku konsumtif dan

kontrol diri.

Panelis dalam CVR ini adalah Bapak dan Ibu dosen ahli yang sesuai dengan bidang masing-masing. Peneliti meminta bantuan dosen agar menilai seluruh aitem pada variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara aitem dan indikator variabel. Panelis selain memberikan penilaian juga diharapkan memberi masukan atau saran yang lebih tepat berkaitan dengan bahasa yang mudah dipahami sebelum disebarakan pada subjek saat terjun lapangan.

Hasil dari analisis CVR yang telah diberi penilaian oleh panelis kemudian dihitung menggunakan rumus CVR dengan bantuan Microsoft Excel dan disimpulkan pada tabel

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas CVR Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
Keinginan mengkonsum si secara berlebihan	Pemborosan	1, 2	5, 6	4
	Inefisiensi biaya	3, 4	7, 8	4
Dilakukan untuk mencapai kepuasan semata	Mengikuti mode	9, 10	13, 14	4
	Memperoleh pengakuan sosial	11, 12	15, 16	4
Jumlah				16

Berdasarkan hasil uji validitas CVR pada variabel perilaku konsumtif mendapatkan hasil bahwa dari 16 aitem yang dibuat, terdapat 2 aitem yang gugur sehingga jumlah seluruh aitem yang valid sebanyak 14 aitem.

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas CVR Kontrol Diri

Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
Kontrol Perilaku (<i>Behavior Control</i>)	Mampu mengatur pelaksanaan	1, 2, 3	6, 7	5
	Kemampuan mengatur stimulus	4, 5	8	3
Kontrol Kognitif (<i>Cognitive Control</i>)	Kemampuan mengontrol informasi	9	12, 13	3
	Mampu melakukan penilaian	10, 11	14	3
Kontrol Keputusan (<i>Decision Control</i>)	Mampu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini	15, 16	17	3
Jumlah				17

Berdasarkan hasil uji validitas CVR pada variabel kontrol diri mendapatkan hasil bahwa dari 17 aitem yang dibuat, terdapat 1 aitem yang gugur sehingga jumlah seluruh aitem yang valid sebanyak 16 aitem.

2) Uji Validitas Isi

Uji validitas isi variabel konformitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for Windows mendapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 3.8 Validitas Isi Konformitas

Aspek	Indikator	Aitem		Total Aitem Valid
		Valid	Gugur	
Sosial Normatif	Mengikuti aturan atau norma-norma dalam kelompok	2, 4, 6	-	3
	Mengubah perilakunya agar sesuai dengan kebiasaan temannya	3, 5, 8	-	3
Sosial Informatif	Menerima pendapat kelompoknya	1, 7, 10	-	3
	Membenarkan semua tindakan kelompoknya	9	-	1
Jumlah				10

Berdasarkan penjelasan tabel 3.8 dapat disimpulkan bahwa dari 10 aitem yang ada, tidak terdapat aitem yang gugur sehingga jumlah seluruh aitem yang valid sebanyak 10 aitem.

Berikutnya hasil perhitungan uji validitas kontrol diri dijelaskan pada tabel:

Tabel 3.9 Uji Validitas Isi Kontrol Diri

Aspek	Indikator	Aitem		Total Aitem Valid
		Valid	Gugur	
Kontrol Perilaku	Mampu mengatur pelaksanaan	1, 2, 5, 6	-	4
	Kemampuan mengatur stimulus	3, 4, 7	-	3
Kontrol Kognitif	Kemampuan mengontrol informasi	8, 11, 12	-	3
	Mampu melakukan penilaian	9, 10, 13	-	3
Kontrol Keputusan	Mampu untuk memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada sesuatu yang diyakini	14, 15, 16	-	3
Jumlah				16

Berdasarkan penjelasan tabel 3.9 dapat disimpulkan bahwa dari 16 aitem yang ada, tidak terdapat aitem yang gugur sehingga jumlah seluruh aitem yang valid sebanyak 16 aitem.

Dan berikut adalah hasil perhitungan uji validitas perilaku konsumtif dijelaskan pada tabel

Tabel 3.10 Uji Validitas Isi Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Aitem		Total Aitem Valid
		Valid	Gugur	
Keinginan mengkonsumsi secara berlebihan	Pemborosan	1, 2, 4, 5	-	4
	Inefisiensi biaya	3, 6, 7	-	3
Dilakukan untuk mencapai kepuasan semata	Mengikuti mode	8, 9, 11, 12	-	4
	Memperoleh pengakuan sosial	10, 13, 14	-	3
Jumlah				14

Berdasarkan penjelasan tabel 3.10 dapat disimpulkan bahwa dari 14 aitem yang ada, tidak terdapat aitem yang gugur sehingga jumlah seluruh aitem yang valid sebanyak 14 aitem.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata reliability yaitu rely dan ability yang memiliki beberapa kata lain seperti keterpercayaan, keterandalan, keajegan, kestabilan, konsistensi, dll. Konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dapat dipercaya (Azwar, 2007). Menurut Danim, (2000) reliabilitas adalah tingkat konsistensi hasil yang dicapai sebuah alat ukur meski digunakan berulang ulang pada subjek yang sama atau berbeda.

Azwar (2013) berpendapat bahwa salah satu ciri instrumen ukur yang berkualitas baik adalah reliabel (reliable) yaitu mampu menghasilkan skor yang cermat dengan eror pengukuran kecil. Penggunaan rumus ini dikarenakan skor yang dihasilkan dari instrumen penelitian merupakan rentangan antara beberapa nilai atau yang terbentuk dalam skala 1 - 4, 1 - 5, dan seterusnya, bukan dengan hasil 1 dan 0 (Azwar, 2007).

Alat ukur yang digunakan untuk menguji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik pengukuran Cronbach Alpha. Rumus Cronbach Alpha adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{V_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} = reliabilitas

k = banyaknya aitem atau soal

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah variasi aitem

V_t^2 = varian total

Reliabilitas berada dalam rentang angka 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati angka 1, berarti semakin tinggi reliabilitasnya, sebaliknya, semakin mendekati angka 0 berarti semakin rendah reliabilitasnya. Suatu alat ukur dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha > 0.60 (Azwar, 2012). Hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.11 Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Konformitas	0.851	Reliabel
Kontrol Diri	0.969	Reliabel
Perilaku Konsumtif	0.957	Reliabel

Berdasarkan tabel 3.11 dapat diketahui bahwa nilai reliabilitas variabel yang digunakan penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang mendapatkan hasil alpha pada masing-masing variabel yaitu 0.851 pada variabel konformitas, 0.969 pada variabel kontrol diri, dan 0.957 pada variabel perilaku konsumtif. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai Cronbach alpha pada masing-masing variabel > 0.60 sehingga semua variabel tersebut reliabel dan dapat digunakan untuk penelitian.

c. Uji Keterbacaan

Uji keterbacaan digunakan untuk mengetahui efektivitas kalimat yang digunakan pada setiap aitem sehingga meminimalisasi kesalahan yang mungkin terjadi karena kurang sesuai dengan tujuan peneliti dengan

pemahaman calon subjek penelitian. Uji keterbacaan dalam penelitian ini yaitu variabel kontrol diri dan perilaku konsumtif yang dilakukan pada mahasiswa sebanyak 10 orang.

Hasil uji keterbacaan pada variabel kontrol diri dapat disimpulkan bahwa dari 17 aitem yang dibuat terdapat 2 aitem yang kurang dipahami oleh mahasiswa. Dan pada variabel perilaku konsumtif, terdapat 4 aitem yang kurang dipahami oleh mahasiswa dari 14 aitem yang telah dibuat. Maka dari beberapa aitem tersebut yang kurang dipahami oleh mahasiswa harus diganti dengan kata yang lebih sederhana dan dapat dipahami.

F. ANALISIS DATA

Analisis data adalah pengolahan data yang diperoleh menggunakan rumus-rumus atau aturan yang ada sesuai pendekatan penelitian atau desain yang diambil (Arikunto, 2006). Analisis data dilakukan untuk menjawab beberapa pertanyaan penelitian yang menguji hipotesis penelitian. Data kuantitatif yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for Windows. Data tersebut diolah melalui beberapa metode. Metode analisa data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi, dan uji hipotesis:

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang digunakan untuk menggambarkan besar-kecilnya variabel dependen atau independen dalam suatu penelitian. Peneliti ingin mengetahui masing-masing tingkat dalam konformitas, kontrol diri, dan perilaku konsumtif. Analisis deskriptif dilakukan untuk mengetahui nilai mean dan standar deviasi yang kemudian dikategorisasikan menjadi 3 kelompok yaitu tinggi, sedang, dan rendah.

a. Skor Empirik

Skor empirik menggunakan acuan pada subjek karena tinggi rendahnya sebuah makna skor tergantung dari populasi. Penggunaan skor empirik didasarkan pada kurva normal distribusi skor suatu kelompok. Kategorisasi dengan menggunakan statistik empirik akan selalu menghasilkan pola kategori yang sesuai seperti bentuk kurva normal yaitu kategori sedang selalu lebih banyak dibandingkan kategori tinggi dan rendah.

Tujuan dari skor empirik adalah untuk mengetahui posisi relatif individu pada kelompok. Analisis skor empirik dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for windows. Beberapa tahapan dalam menentukan kategorisasi yaitu:

1) *Mean*, yaitu digunakan sebagai acuan dalam menentukan kategorisasi.

Rumus mean empirik adalah sebagai berikut:

$$\mu_{Empirik} = \frac{1}{2}(i_{Max} + i_{Min})\Sigma n$$

Keterangan:

$\mu_{Empirik}$ = mean empirik

i_{Max} = nilai maksimal aitem

i_{Min} = nilai minimal aitem

Σn = jumlah aitem yang diterima

- 2) *Standar Deviasi* (SD), setelah diketahui nilai mean maka langkah selanjutnya yaitu mencari nilai standar deviasi. Rumus standar deviasi adalah sebagai berikut:

$$SD = \frac{1}{6}(i_{Max} - i_{Min})$$

Keterangan:

SD = standar deviasi

i_{Max} = skor maksimal responden

i_{Min} = skor minimal responden

b. Kategorisasi

Tujuan dari kategorisasi adalah untuk menempatkan masing-masing subjek pada kelompok yang memiliki tingkatan tinggi, sedang, atau rendah berdasarkan atribut yang diukur. Norma kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel 3.12 berikut:

Tabel 3.12 Norma Kategorisasi

Kategori	Norma
Tinggi	$X > (\text{Mean} + 1\text{SD})$
Sedang	$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$
Rendah	$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$

Langkah selanjutnya adalah perhitungan persentase masing-masing variabel, dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

P = *persentase*

F = frekuensi

N = jumlah responden

2. Uji Asumsi

Uji asumsi dilakukan untuk membuktikan bahwa sampel dan data penelitian terhindar dari eror (*sampling error*). Uji asumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Uji linieritas

Uji linieritas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya antara variabel bebas serta variabel terikat dalam suatu data. Apabila memperoleh hasil data ketidak-linieran maka akan dilakukan analisis data dengan menggunakan anareg non-linier dan

begitu pula sebaliknya. Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan test for linearity dengan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for windows. Jika nilai signifikansi deviation from linierity $> 0,05$ maka hubungan antar-variabel memenuhi kriteria linier. Begitu pula sebaliknya, jika nilai signifikansi deviation from linierity $< 0,05$ maka hubungan antar-variabel tidak linier.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu prosedur yang dilakukan untuk mengetahui apakah pada masing-masing variabel memiliki distribusi yang normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan kolmogorov-smirnov karena jumlah responden lebih dari 50. Jika signifikan $p \geq 0,05$ maka data terdistribusi normal. Sebaliknya, jika signifikan $p \leq 0,05$ maka data terdistribusi tidak normal.

3. Uji Hipotesis

Setelah uji asumsi maka langkah selanjutnya adalah uji hipotesis untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. Penelitian ini menggunakan beberapa analisis yaitu:

a. Analisis regresi linier berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh 2 variabel bebas (X_1 dan X_2) terhadap variabel terikat (Y)

(Suharyadi & Purwanto, 2004). Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for windows. Rumus analisis regresi linier berganda yaitu:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + \dots + e$$

Keterangan:

Y : variabel terikat/*dependent* (perilaku konsumtif)

x_1 : variabel bebas/*independent 1* (konformitas)

x_2 : variabel bebas/*independent 2* (kontrol diri)

a : nilai konstanta

$b_{1\&2}$: nilai koefisien regresi

e : *error*

b. Uji T (uji parsial)

Menurut Widjarjono, (2010) uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0.05. Jika nilai signifikan lebih kecil dari derajat signifikansi maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Suharyadi & Purwanto, 2004).

Rumus menentukan tabel T yaitu:

$$t \text{ tabel} = t\left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right)$$

Keterangan:

α : derajat signifikansi

n : jumlah responden

k : jumlah variabel independent

c. Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh simultan dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0.05. jika hasil perhitungan nilai F lebih besar daripada nilai F tabel maka semua variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Suharyadi & Purwanto, 2004).

Rumus menentukan F tabel yaitu:

$$F \text{ tabel} = F(k; n - k)$$

Keterangan:

k : jumlah variabel

n : jumlah responden

d. Koefisien Determinasi (*R square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari beberapa variabel dalam pengertian yang lebih jelas. Koefisien determinasi sangat mudah dihitung karena merupakan koefisien

korelasi yang dikuadratkan atau disebut sebagai R square. R square juga dapat digunakan untuk melihat persamaan regresi dari penelitian yang dilakukan mampu memprediksi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi adalah berkisar antara 0 sampai dengan 1. Jika nilai yang diperoleh mendekati 0 maka kemampuan variabel bebas yang diajukan dalam menjelaskan variabel terikat sangat terbatas, sebaliknya jika nilai koefisien determinasi mendekati 1 maka variabel bebas yang diajukan hampir memberikan seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat (Ghozali, 2011).

e. Besaran Pengaruh

Analisis besaran pengaruh digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan yang diberikan variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono, (2004) peneliti dapat menentukan dan menjelaskan penilaian terhadap besaran pengaruh yang telah ditentukan baik rendah, sedang, atau kuat pada pedoman yang telah ditentukan. Pedoman interpretasi koefisien korelasi yaitu:

Tabel 3.13 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0.00-0.199	Sangat Rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Sedang
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang merupakan salah satu perguruan tinggi islam dibawah naungan Departemen Agama yang berdiri berdasarkan Surat Keputusan (SK) Presiden No.50 tanggal 21 Juni 2004 dan terletak di Jalan Gajayana 50 Dinoyo, Malang dengan luas tanah 14 Hektar. Universitas ini memiliki perhatian khusus terhadap pembentukan karakter mahasiswa dengan lulusan yang memiliki kecerdasan emosi dan kecerdasan spiritual. Hal tersebut tercantum dalam 4 pilar keilmuan Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yaitu kedalaman spiritual, keagungan akhlak, keluasan ilmu, dan kematangan profesional. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang memiliki 7 Fakultas yaitu: Fakultas Syariah, Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Humaniora, Fakultas Sains dan teknologi, Fakultas Psikologi, Fakultas Kedokteran dan Ilmu-ilmu Kesehatan, dan Fakultas Ekonomi.

a. Visi dan Misi

1) Visi

Terwujudnya Fakultas Ekonomi integratif dalam memadukan sains dan Islam yang bereputasi internasional.

2) Misi

1. Mencetak sarjana ekonomi yang berkarakter *ulul albab*
2. Menghasilkan sains ekonomi yang relevan dan budaya saing tinggi

3) Tujuan

1. Memberikan akses Pendidikan ekonomi yang lebih luas kepada masyarakat
2. Menyediakan sarjana ekonomi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat

B. Pelaksanaan Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini berkaitan dengan waktu penelitian, jumlah subjek penelitian, prosedur penelitian, dan hambatan yang dialami saat pengambilan data.

1. Waktu Pelaksanaan

Penelitian ini dilakukan secara daring pada tanggal 3 Januari 2022. Dengan menyebarkan skala berupa *google form* kepada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2017 yang menggunakan aplikasi Shopee.

2. Jumlah Subyek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2017 responden yang memiliki akun Shopee sejumlah 159.

3. Prosedur dan Administrasi Pengambilan Data

Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan skala berupa *googleform* dengan mendeskripsikan kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian dan apabila responden bersedia untuk mengisi skala maka peneliti akan mengirimkan link skala penelitian

4. Hambatan Selama Pelaksanaan Penelitian

Hambatan yang ditemukan selama pelaksanaan penelitian diantaranya:

- a. Pengambilan data juga dilakukan secara online dengan menyebarkan kuisioner menggunakan *googleform* dan peneliti tidak mengetahui kondisi responden saat mengisi kuisioner sehingga tidak menutup kemungkinan terjadi bias.
- b. Ketika peneliti mengirim *link* untuk mengisi kuisioner di *googleform*, responden tidak segera mengerjakan kuisioner tersebut sehingga lupa untuk mengisi dan harus mengingatkan kembali satu per-satu.
- c. Ketika meminta izin kepada responden untuk mengisi kuisioner, terdapat pula salah satu responden yang tidak dapat mengerjakan karena sedang sakit dan tangannya terpasang infus.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian menjelaskan tentang berbagai jenis analisis yang telah dilakukan setelah mendapatkan data dari subjek penelitian. Poin ini berkaitan dengan uji deskriptif, uji asumsi, dan uji hipotesis.

1. Uji Deskriptif

Uji deskriptif dilakukan untuk mengetahui jawaban atas rumusan masalah, hipotesis, dan melengkapi tujuan dari penelitian ini. Uji deskriptif dalam penelitian ini memiliki beberapa tahapan analisa. Tahapan tersebut yaitu:

a. Skor Empirik

Skor empirik menggunakan acuan pada subjek karena tinggi rendahnya sebuah makna skor tergantung dari populasi. Penggunaan skor empirik didasarkan pada kurva normal distribusi skor suatu kelompok. Kategorisasi dengan menggunakan statistik empirik akan selalu menghasilkan pola kategori yang sesuai seperti bentuk kurva normal yaitu kategori sedang selalu lebih banyak dibandingkan kategori tinggi dan rendah.

Tujuan dari skor empirik adalah untuk mengetahui posisi relatif individu pada kelompok. Analisis skor empirik dalam penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for windows. Berikut hasil uji empirik dalam penelitian ini yaitu:

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Konformitas	159	10	40	22.81	6.436
Kontrol Diri	159	16	64	34.40	14.442
Perilaku Konsumtif	159	14	56	41.47	11.773
Valid N (listwise)	159				

Tabel 4.1 Hasil Uji Empirik

Berdasarkan tabel 4.1 variabel konformitas mendapatkan hasil skor aitem terendah sebesar 10 dan skor tertinggi aitem sebesar 40 dengan nilai mean sebesar 22.81 dan nilai standar deviasi sebesar 6.436.

Variabel kontrol diri memiliki skor aitem terendah sebesar 16 dan skor aitem tertinggi sebesar 64 dengan nilai mean sebesar 34.40 dan nilai standar deviasi sebesar 14.442.

Variabel perilaku konsumtif memiliki skor aitem terendah sebesar 14 dan skor aitem tertinggi sebesar 56 dengan nilai mean 41.47 dan standar deviasi sebesar 11.773.

b. Kategorisasi

Kategorisasi digunakan untuk menempatkan masing-masing subjek pada kelompok dengan tingkatan rendah, sedang, atau tinggi berdasarkan atribut yang diukur. Norma kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini dijelaskan dalam tabel 4.2

Tabel 4.2 Norma Kategorisasi

Kategori	Norma
Tinggi	$X > (\text{Mean} + 1\text{SD})$
Sedang	$(\text{Mean} - 1\text{SD}) \leq X \leq (\text{Mean} + 1\text{SD})$
Rendah	$X < (\text{Mean} - 1\text{SD})$

Penelitian ini menggunakan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for Windows dalam menghitung kategorisasi tiap variabel. Berikut penjelasannya

1) Konformitas

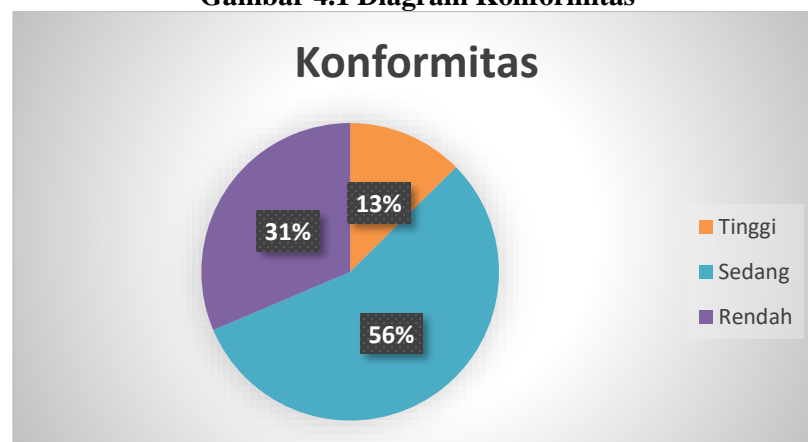
Berikut hasil kategorisasi konformitas dalam penelitian ini yaitu dijelaskan pada tabel 4.3

Tabel 4.3 Kategorisasi Konformitas

Kategori	Skor	Frequency	Percent
Tinggi	>30	20	12,6%
Sedang	20-30	89	56%
Rendah	<20	50	31,4%
Total		159	100%

Berdasarkan tabel 4.3 hasil kategorisasi variabel konformitas yaitu tingkat tinggi sebanyak 20 mahasiswa dengan persentase 12.6%, tingkat sedang sebanyak 89 mahasiswa dengan persentase 56%, dan tingkat rendah sebanyak 50 mahasiswa dengan persentase 31.4%. Adapun diagram tingkat konformitas dijelaskan pada gambar 4.1 berikut ini:

Gambar 4.1 Diagram Konformitas



Kesimpulan dari gambar 4.1 menyatakan bahwa tingkat tertinggi konformitas pada mahasiswa adalah dengan persentase 56% yang artinya konformitas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang adalah sedang.

2) Kontrol Diri

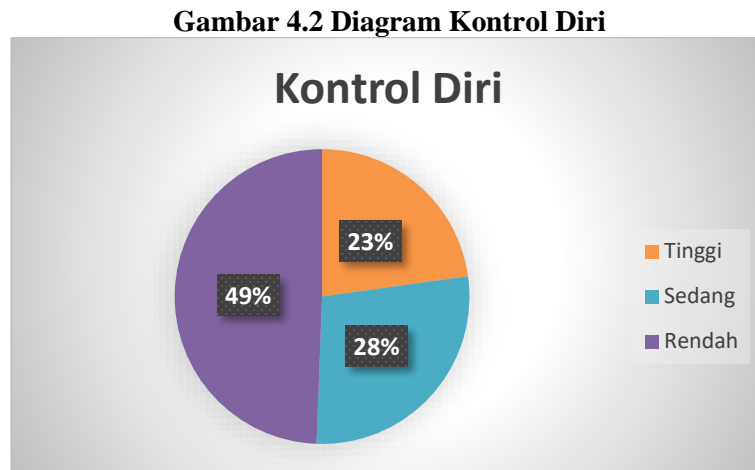
Berikut hasil kategorisasi kontrol diri dalam penelitian ini yaitu dijelaskan pada tabel:

Tabel 4.4 Kategorisasi Kontrol Diri

Kategori	Skor	Frequency	Percent
Tinggi	>48	36	22,8%
Sedang	32-48	44	27,8%
Rendah	<32	78	49,4%
Total		159	100%

Berdasarkan tabel 4.4 hasil kategorisasi variabel kontrol diri yaitu tingkat tinggi sebanyak 36 mahasiswa dengan persentase 22.8%, tingkat sedang sebanyak 44 mahasiswa dengan persentase 27.8%, dan tingkat rendah sebanyak 78 mahasiswa dengan persentase 49.4%.

Adapun diagram tingkat kontrol diri dijelaskan pada gambar 4.2 berikut ini:



Kesimpulan dari gambar 4.2 menyatakan bahwa tingkat tertinggi kontrol diri pada mahasiswa adalah dengan persentase 49.4% yang artinya kontrol diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang adalah rendah.

3) Perilaku Konsumtif

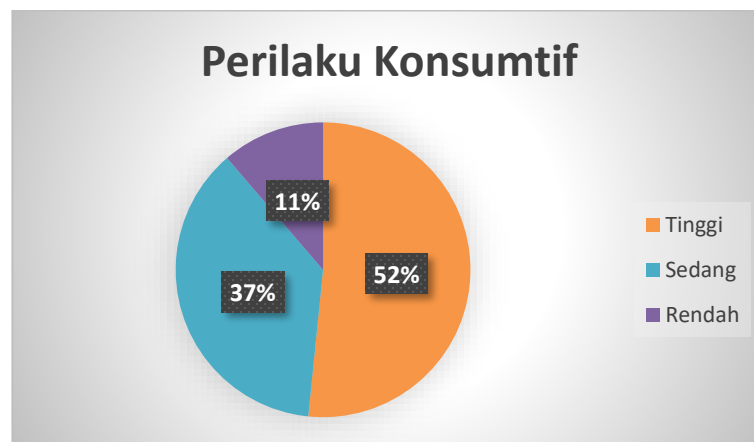
Berikut hasil kategorisasi perencanaan karir dalam penelitian ini yaitu dijelaskan pada tabel 4.5

Tabel 4.5 Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Kategori	Skor	Frequency	Percent
Tinggi	>42	82	51,6%
Sedang	28-42	59	37,1%
Rendah	<28	18	11,3%
Total		159	100%

Berdasarkan tabel 4.5 hasil kategorisasi variabel perilaku konsumtif yaitu tingkat tinggi sebanyak 82 mahasiswa dengan persentase 51.6%, tingkat sedang sebanyak 59 mahasiswa dengan persentase 37.1%, dan tingkat rendah sebanyak 18 mahasiswa dengan persentase 11.3%. Adapun diagram tingkat perilaku konsumtif dijelaskan pada gambar 4.3 berikut ini:

Gambar 4.3 Diagram Perilaku Konsumtif



Kesimpulan dari gambar 4.3 menyatakan bahwa tingkat tertinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa adalah dengan persentase 51.6% yang artinya perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang adalah tinggi.

c. Faktor Pembentuk Utama Variabel

Faktor pembentuk utama variabel dalam penelitian ini berdasarkan aspek-aspek yang telah dibentuk adalah sebagai berikut:

1) Variabel Konformitas

Faktor pembentuk utama variabel konformitas berdasarkan aspek-aspek yang telah ada sebagai berikut:

$$\text{a) Sosial Normatif} = \frac{2166}{3627} = 60\%$$

$$\text{b) Sosial Informatif} = \frac{1461}{3627} = 40\%$$

Tabel Faktor 4.6 Pembentuk Utama Variabel Konformitas

Aspek	Skor Total Variabel	Skor Total Aspek	Hasil
Sosial Normatif	3627	2166	60%
Sosial Informatif		1461	40%

Berdasarkan tabel 4.6 diketahui bahwa aspek pembentuk utama konformitas pada mahasiswa adalah sosial normatif dengan persentase sebesar 60% dan aspek terendah adalah sosial informatif. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa berkonformitas didasari oleh adanya keinginan mengharapkan penghargaan atau pengakuan dari kelompok.

2) Variabel Kontrol Diri

Faktor pembentuk utama variabel kontrol diri berdasarkan aspek-aspek yang telah ada sebagai berikut:

- a) Kontrol Perilaku $= \frac{2310}{5469} = 42\%$
- b) Kontrol Kognitif $= \frac{2106}{5469} = 39\%$
- c) Kontrol Keputusan $= \frac{1054}{5469} = 19\%$

Tabel 4.7 Faktor Pembentuk Utama Variabel Kontrol Diri

Aspek	Skor Total Variabel	Skor Total Aspek	Hasil
Kontrol Perilaku	5469	2310	42%
Kontrol Kognitif		2105	39%
Kontrol Keputusan		1054	19%

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa aspek pembentuk utama kontrol diri adalah kontrol perilaku dengan persentase sebesar 42% dan aspek terendah adalah kontrol keputusan dengan persentase 19%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kontrol diri yang dilakukan mahasiswa ditentukan atas dasar mengontrol perilaku.

3) Variabel Perilaku Konsumtif

Faktor pembentuk utama variabel kontrol diri berdasarkan aspek-aspek yang telah ada sebagai berikut:

- a) Mengonsumsi secara berlebihan $= \frac{3419}{6594} = 52\%$
- b) Mencapai kepuasan $= \frac{3175}{6594} = 48\%$

Tabel 4.8 Faktor Pembentuk Utama Perilaku Konsumtif

Aspek	Skor Total Variabel	Skor Total Aspek	Hasil
Keinginan mengkonsumsi secara berlebihan	6594	3419	52%
Dilakukan untuk mencapai kepuasan semata		3175	48%

Berdasarkan tabel 4.8 diketahui bahwa aspek pembentuk utama perilaku konsumtif adalah keinginan mengkonsumsi secara berlebihan dengan persentase sebesar 52% dan aspek terrendah adalah dilakukan untuk mencapai kepuasan semata dengan persentase 48%. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswa ditentukan atas dasar keinginan mengkonsumsi secara berlebihan.

2. Uji Asumsi

Uji asumsi dalam penelitian ini yaitu uji linieritas dan uji normalitas.

Berikut penjelasannya:

a. Uji Linearitas

Uji linieritas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier tidaknya antara variabel bebas serta variabel terikat dalam suatu data. Apabila memperoleh hasil data ketidak-linieran maka

akan dilakukan analisis data dengan menggunakan anareg non-linier dan begitu pula sebaliknya. Uji linieritas dalam penelitian ini menggunakan test for linearity dengan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for windows. Jika nilai signifikansi deviation from linearity $> 0,05$ maka hubungan antar-variabel memenuhi kriteria linier. Begitu pula sebaliknya, jika nilai signifikansi deviation from linearity $< 0,05$ maka hubungan antar-variabel tidak linier. Berikut hasil uji linieritas pada penelitian ini yaitu dijelaskan pada tabel 4.9:

Tabel 4.9 Uji Linearitas
Deviation from Linearity

Variabel	Populasi	Sig.	Ket.
Konformitas*Perilaku Konsumtif	159	0.684	Linier
Kontrol Diri*Perilaku Konsumtif	159	0.992	Linier

Berdasarkan tabel 4.9 dapat diketahui bahwa nilai linieritas variabel yang digunakan pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang yaitu variabel konformitas terhadap perilaku konsumtif mendapatkan nilai sig. 0.684 dan variabel kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mendapatkan nilai sig. 0.992. Hal tersebut menunjukkan bahwa uji linieritas pada masing-masing variabel memiliki nilai signifikansi > 0.05 sehingga dapat dinyatakan bahwa variabel-variabel tersebut linier.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan suatu prosedur yang dilakukan untuk mengetahui apakah pada masing-masing variabel memiliki distribusi yang

normal atau tidak. Jika signifikan $p \geq 0,05$ maka data terdistribusi normal. Sebaliknya, jika signifikan $p \leq 0,05$ maka data tidak terdistribusi secara normal. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan kolmogorov-smirnov yang dihitung dengan menggunakan bantuan SPSS (Statistical Product and Service Solution) 21.0 for windows. Hasil uji normalitas penelitian dijelaskan pada tabel 4.10:

Tabel 4.10 Uji Normalitas

<i>One-sample Kolmogrov-Smirnov Z</i>			
Variabel	Populasi	Asymp. Sig. (2-tailed)	Ket.
Konformitas	159	0.193	Normal
Kontrol Diri	159	0.194	Normal
Perilaku Konsumtif	159	0.378	Normal

Berdasarkan tabel 4.10 mendapatkan hasil bahwa nilai normalitas variabel yang digunakan penelitian pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang mendapatkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) pada masing-masing variabel yaitu 0.193 pada variabel konformitas, 0.194 pada variabel kontrol diri, dan 0.378 pada variabel perilaku konsumtif. Hal tersebut menunjukkan bahwa uji normalitas One-sample Kolmogorov-Smirnov Z pada masing-masing variabel > 0.05 sehingga dapat dikatakan bahwa semua variabel tersebut normal dan dapat digunakan untuk penelitian.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian ini menggunakan beberapa analisis yaitu:

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS (statistical product and service solution) 23.0 for windows. Analisis regresi linier merupakan analisis yang dilakukan untuk mengetahui besaran pengaruh pada penelitian dengan 2 variabel bebas atau lebih (Suharyadi & Purwanto, 2004). Hasil analisis yang diperoleh sebagai berikut :

1) Koefisien Determinasi

Tabel 4.11 Koefisien Determinasi

Dependent Variable	Predictor	Beda (R)	R²	%
Perilaku Konsumtif	Konformitas	0.607	0.369	36%
	Kontrol Diri	0.905	0.818	81%
	Simultan	0.907	0.823	82%

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Konformitas

Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa nilai R pada variabel konformitas senilai 0.607, R² senilai 0.369, sehingga diketahui variabel konformitas memiliki besaran sumbangsih senilai 36% terhadap

perilaku konsumtif. Pada variabel kontrol diri, nilai R senilai 0.905, R² senilai 0.818, sehingga diketahui variabel kontrol diri memiliki besaran sumbangsih senilai 81% terhadap perilaku konsumtif. Secara simultan, variabel konformitas dan kontrol diri memiliki R² senilai 0.823 menunjukkan bahwa konformitas dan kontrol diri berpengaruh sebesar 82.3% dan 17.7% lainnya akan dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel penelitian. *Standard error of estimate* (SEE) diperoleh 4.913, dimana apabila semakin kecil nilai *Standard error of estimate* (SEE) akan membuat model regresi semakin tepat dalam memprediksi variable bebas.

b. Uji T (uji parsial)

Menurut Widjarjono, (2010) uji T digunakan untuk mengetahui pengaruh tiap variabel independen terhadap variabel dependen. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0.05. Jika nilai signifikan lebih kecil dari derajat signifikansi maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen (Suharyadi & Purwanto, 2004). Rumus menentukan T tabel yaitu:

$$t \text{ tabel} = t\left(\frac{\alpha}{2}; n - k - 1\right)$$

Keterangan:

a : derajat signifikansi

k : jumlah variabel independent

n : jumlah responden

Hasil uji T menguji tentang pengaruh pada masing-masing variabel yaitu konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif dijelaskan pada tabel 4.12:

Tabel 4.12 Uji T
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	61.621	2.701		22.815	.000
	Konformitas	.162	.078	.089	2.086	.039
	Kontrol Diri	-.693	.035	-.851	-20.019	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel 4.12 dapat diketahui bahwa hasil uji t pada variabel konformitas memiliki nilai sig. 0.039. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai sig. lebih kecil dari nilai derajat signifikansi yaitu $0.039 < 0.05$ maka terdapat pengaruh antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Konformitas dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang positif, karena apabila tingkat konformitas pada mahasiswa tinggi, maka tingkat perilaku konsumtifpun juga semakin tinggi.

Variabel kontrol diri memiliki nilai sig. 0.000. Hal tersebut menunjukkan bahwa nilai sig. lebih kecil dari nilai derajat signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$ maka terdapat pengaruh antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Kontrol diri dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan

yang negatif karena apabila tingkat kontrol diri pada mahasiswa tinggi, maka perilaku konsumtif semakin rendah.

c. Uji F (Uji Signifikansi Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh simultan dari semua variabel bebas terhadap variabel terikat. Derajat signifikansi yang digunakan adalah 0.05. jika hasil perhitungan nilai F lebih besar daripada nilai F tabel maka semua variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Suharyadi & Purwanto, 2004). Rumus menentukan F tabel yaitu:

$$F \text{ tabel} = F(k; n - k)$$

Keterangan:

k : jumlah variabel

n : jumlah responden

Berikut ini hasil uji F pengaruh konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif :

**Tabel 4.13 Uji F
ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	18027.699	2	9013.849	363.168	.000 ^a
Residual		156	24.820		
Total		158			

a. Predictors: (Constant), Kontrol Diri, Konformitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel ANOVA diatas dapat diketahui bahwa F hitung sebesar 363.168 dengan nilai probabilitas (sig.) yaitu 0.000 dan derajat signifikansi 0.05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa koefisien regresi konformitas dan kontrol diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan secara bertahap maka terdapat beberapa temuan. Hasil tersebut dijelaskan secara singkat pada poin-poin berikut ini:

1. Tingkat Konformitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang

Konformitas pada mahasiswa bukan hanya sekedar mengubah tingkah laku agar sesuai dengan tindakan orang lain melainkan juga bagaimana tindakan orang lain dapat mempengaruhinya. Sehingga, apabila individu memunculkan suatu tingkah laku karena orang lain berperilaku demikian, hal tersebut disebut dengan konformitas. Sesuai dengan pernyataan Taylor (2009, dalam Chintia dan Kustanti, 2017) bahwa konformitas sebagai suatu dorongan dari individu dalam meyakini dan berperilaku berdasarkan orang lain.

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan sebelumnya pada penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa tingkat konformitas pada

mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang yang menggunakan Shopee diperoleh hasil yaitu sebesar 12,6% dengan frekuensi sebanyak 20 mahasiswa berada pada kategori tinggi, sebesar 56% dengan frekuensi sebanyak 89 mahasiswa pada kategori sedang, dan sebesar 31,4% dengan frekuensi sebanyak 50 mahasiswa pada kategori rendah. Dengan demikian secara umum dapat disimpulkan bahwa mayoritas tingkat konformitas mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 berada pada kategori sedang dengan jumlah responden yaitu 159 mahasiswa.

Konformitas dominan berada pada kategori sedang, yang menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 tidak terlalu terpengaruh oleh lingkungan dalam mengubah sikap dan tingkah lakunya sehingga sesuai dengan norma sosial. Tingkat konformitas yang tinggi pada mahasiswa akan cenderung melakukan modifikasi perilaku agar sesuai dengan kelompoknya. Myers (2012) mengungkapkan bahwa perilaku konformitas muncul sebagai bentuk upaya agar individu dapat diterima dalam kelompok, mendapatkan pengakuan dalam kelompok, menjaga hubungan kekerabatan dengan kelompok, menimbulkan ketertarikan dengan anggota kelompok lain, serta terhindar dari sanksi kelompok. Individu yang memiliki rasa percaya diri lemah terhadap penilaiannya, akan semakin tinggi tingkat konformitasnya. Namun sebaliknya apabila individu semakin yakin akan kemampuannya maka tingkat konformitas yang muncul semakin berkurang.

Aspek sosial normatif memberikan sumbangan paling besar kepada perilaku konformitas mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 sebesar 60%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa akan cenderung memunculkan perilaku konformitas karena adanya perasaan khawatir atas penolakan dari kelompoknya. Perasaan khawatir yang muncul tersebut terkadang menimbulkan perbedaan antara pemikiran yang dikehendaki dan perilaku yang ia sesuaikan. Perbedaan tersebut didasarkan atas kehendak individu untuk diterima dan mendapatkan sebuah penghargaan positif dari kelompoknya dan terhindar dari penolakan (Baron dan Byrne, 2005).

Perilaku konformitas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang ditunjukkan dengan dua aspek pembentuk konformitas berdasarkan teori Baron dan Byrne (2005), seperti tindakannya yang bergantung kepada nasihat orang lain, mengikuti keinginan teman-temannya dalam membeli suatu produk di Shopee, dan membenarkan keputusan teman-teman kelompoknya. Sehingga mahasiswa dengan konformitas tinggi cenderung berbelanja *online* di Shopee ini didasari oleh keputusan mayoritas kelompoknya, karena apabila mahasiswa telah membeli suatu barang/produk di Shopee tersebut akan merasa terhindar dari penolakan terhadap kelompoknya dan tetap berada dalam kelompok tersebut.

Hal ini dapat disimpulkan bahwa mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 benar-benar mendapat tekanan yang kuat untuk berkonformitas

dan sulit untuk menghindari situasi tersebut. Konformitas juga merupakan aturan yang tidak tertulis dalam kelompok, namun juga memiliki dampak tersendiri bagi individu untuk meninggalkan nilai-nilai kepribadiannya. Individu yang melakukan konformitas biasanya disebabkan perilakunya ingin sesuai dengan norma yang ada dalam kelompok, sehingga individu yang berkonformitas mendapatkan pengakuan dari orang lain ataupun orang terdekatnya.

Menurut Baron dan Byrne (2005), faktor-faktor yang dapat mempengaruhi munculnya perilaku konformitas yaitu yang pertama adalah ketertarikan yang dirasakan individu terhadap kelompoknya. rasa ketertarikan inilah yang kemudian akan memicu munculnya perilaku konformitas. Kedua yaitu ukuran kelompok, semakin bertambah jumlah anggota kelompok maka akan semakin besar kemungkinan untuk berkonformitas meskipun perilaku tersebut bertentangan dengan nilai yang ada pada diri individu. Ketiga yaitu norma tentang perilaku yang harus dilakukan, norma ini kan menjadi tolak ukur apakah perilaku individu dapat diterima atau tidak oleh sebagian orang.

Penelitian serupa dilakukan oleh Dian Wisnu (2021) pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang memperoleh persentase konformitas tingkat tinggi sebanyak 14 mahasiswa atau 14%, kemudian untuk tingkat sedang sebanyak 71 mahasiswa atau 71%, dan untuk tingkat rendah sebanyak 15 mahasiswa atau 15%. 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 (Myers, 2012).

2. Tingkat Kontrol Diri Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang

Kontrol diri memiliki peran yang sangat penting dalam menahan godaan serta nafsu dari dalam diri. Mahasiswa idealnya memiliki kemampuan mengontrol diri agar dapat membantu dalam bertindak dengan moral yang sesuai dengan harapan sosial. Sesuai dengan pernyataan Borba (2008) bahwa kontrol diri dapat menyadarkan seseorang terhadap konsekuensi berbahaya atas perilaku dengan mengendalikan emosinya.

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan sebelumnya pada penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa tingkat kontrol diri pada mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang yang menggunakan Shopee diperoleh hasil yaitu sebesar 22,8% dengan frekuensi sebanyak 36 mahasiswa berada pada kategori tinggi, sebesar 27,8% dengan frekuensi sebanyak 44 mahasiswa pada kategori sedang, dan sebesar 41,4% dengan frekuensi sebanyak 78 mahasiswa pada kategori rendah. Dengan demikian secara umum dapat disimpulkan bahwa mayoritas tingkat kontrol diri mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 berada pada kategori rendah dengan jumlah responden

yaitu 159 mahasiswa.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 kurang dalam mengontrol pikiran, perilaku, dan keputusannya. Kurangnya kemampuan dalam mengontrol diri ditunjukkan dengan kurangnya menahan diri untuk berbelanja di Shopee, tidak mencatat pengeluaran setiap hari, membuka aplikasi tanpa ada tujuan, tidak mempertimbangkan barang yang dibutuhkan, mengisi saldo Shopeepay agar puas berbelanja, mudah tergiur dengan event, iklan, serta diskon, membeli atas dasar trend, dan membeli atas pendapat orang lain.

Variabel kontrol diri tersusun oleh beberapa aspek yang membentuknya. Setelah dilakukan perhitungan didapatkan hasil bahwa kontrol diri yang paling tinggi dibentuk oleh aspek kontrol perilaku dengan skor 42%. Artinya, agar mahasiswa memiliki kontrol diri yang baik maka perlu ditekankan sikap untuk mengontrol perilakunya dalam merespon suatu stimulus. Selanjutnya variabel kontrol diri paling rendah dibentuk oleh aspek kontrol keputusan dengan skor 19%.

Kontrol diri dipengaruhi oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal adalah faktor yang ikut andil terhadap kontrol diri seseorang, yaitu 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 tidak bagi dirinya. Sedangkan faktor eksternal diantaranya adalah lingkungan keluarga, terutama orangtua yang menentukan bagaimana kemampuan dalam mengontrol diri (Ghufron dan Risnawati, 2011).

Mahasiswa dengan kontrol diri yang rendah menyebabkan pembelian barang di Shopee atas dasar ingin tampil keren dan percaya diri. Sesuai pernyataan oleh Munandar (2001) bahwa pada dasarnya setiap manusia memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu, mengatur, dan mengarahkan perilakunya. Kurangnya kontrol diri biasanya disebabkan karena kurangnya kepercayaan diri dan ketidakmampuan bersikap tegas (Tifani, 2014).

Kurang percaya diri dan ketidakmampuan bersikap tegas menyebabkan seseorang menjadi mudah dan kurang selektif dalam mengambil keputusan sehingga berakibat dapat merugikan dirinya sendiri. Padahal, jika mempercayai orang lain dibandingkan diri sendiri belum tentu orang lain tersebut memiliki niat yang baik. Selain itu ketidakmampuan bersikap tegas juga seringkali terjadi dan cenderung merugikan, sebagai contohnya adalah ketidakmampuan menolak ajakan teman untuk membeli suatu barang/produk di Shopee yang sedang viral agar tidak ketinggalan zaman.

Penelitian serupa oleh Azizah dan Indrawati (2015) kepada Mahasiswa Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro menghasilkan tingkat kontrol diri yang tinggi. Hal ini dikarenakan mahasiswa kurang tertarik pada hal-hal yang bersifat materi dan kesenangan semata. Serupa dengan penelitian

oleh Pratiwi (2017) menyatakan bahwa tingkat kontrol diri pada mahasiswa jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja rendah sehingga kurang mampu dalam membimbing tingkah laku dan menekan tingkah laku yang impulsif.

3. Tingkat Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang

Di era perkembangan zaman saat ini, kecanggihan teknologi sudah tidak dapat diragukan lagi karena semua dapat dilakukan secara *online*, salah satunya adalah membeli suatu barang di *e-commerce* Shopee. Adanya kemudahan tersebut sangat menguntungkan bagi manusia, hal ini menyebabkan munculnya perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif merupakan perilaku dalam membeli sesuatu dengan tanpa disadari pada pertimbangan yang rasional maupun logis, melainkan hanya menggunakan pertimbangan keinginan ataupun kesenangan semata tanpa pertimbangan rasional (Lina dan Rasyid, 1997: 6).

Berdasarkan hasil analisa data yang telah dilakukan sebelumnya pada penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 UIN Malang yang menggunakan Shopee diperoleh hasil yaitu sebesar 51,6% dengan frekuensi sebanyak 82 mahasiswa berada pada kategori tinggi, sebesar 37,1% dengan frekuensi sebanyak 59 mahasiswa pada kategori sedang, dan sebesar 11,3% dengan

frekuensi sebanyak 18 mahasiswa pada kategori rendah. Dengan demikian secara umum dapat disimpulkan bahwa mayoritas tingkat perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 berada pada kategori tinggi dengan jumlah responden yaitu 159 mahasiswa.

Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa fakultas Ekonomi angkatan 2017 cenderung melakukan pembelian di Shopee tanpa ada pertimbangan dahulu sehingga menimbulkan konsumsi secara berlebihan demi mencapai kepuasannya semata. Jika dianalisa, mahasiswa fakultas Ekonomi dengan kategori kontrol diri yang rendah artinya hampir secara keseluruhan indikator-indikator perilaku konsumtif seperti membeli barang karena menurut keinginan, membeli barang untuk mendapat kesenangan, adalah perilaku yang seringkali muncul pada diri responden. Sehingga dengan hasil tersebut dapat dikatakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 memenuhi indikator-indikator perilaku konsumtif sehingga memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi.

Aspek yang memberikan sumbangan paling besar kepada perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Ekonomi Angkatan 2017 adalah aspek keinginan mengkonsumsi secara berlebihan dengan skor sebesar 52%. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa akan cenderung memunculkan perilaku konsumtif karena adanya indikasi kecanduan dalam membeli barang di *e-commerce* Shopee seperti pemborosan dan inefisiensi biaya. Pemborosan dan

inefisiensi biaya pada mahasiswa disebabkan karena mudah tergiur pada desain produk yang bagus, lucu, unik dan menarik, membeli barang yang diinginkan bukan yang dibutuhkan, dan membeli produk yang sedang viral di media sosial.

Berdasarkan beberapa ahli menjelaskan bahwa perilaku konsumtif sendiri dikarenakan oleh adanya beberapa faktor, baik faktor internal maupun faktor eksternal. Faktor internal meliputi kognisi dan afeksi, serta konsumen itu sendiri (Dwiastuti dkk, 2011: 43-83 ; Prasetijo dan Ilahauw, 2005: 43-53), persepsi, kepribadian, pembelajaran, motivasi dan sikap (Nitisusastro, 2012: 63). Sedangkan untuk faktor eksternal, dipengaruhi oleh lingkungan sosial baik itu makro maupun mikro (Dwiastuti dkk, 2011: 84-98).

Penelitian mengenai perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Malang berjudul “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Millennial” dilakukan oleh Dezianti (2020). Menunjukkan hasil bahwa mahasiswa memiliki tingkat perilaku konsumtif sedang dengan persentase 55.5% berjumlah 201 mahasiswa. Temuan lainnya diketahui bahwa perempuan memiliki kecenderungan yang lebih tinggi dibanding laki-laki. Perempuan membeli hanya karena kesenangan semata bukan karena kebutuhan yang menunjukkan perilaku pemborosan.

4. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang

Berdasarkan hasil penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang menggunakan teknik uji T menunjukkan bahwa konformitas memiliki hubungan yang positif dengan nilai signifikansi sebesar $0.039 < 0.005$. Dapat disimpulkan bahwa variabel konformitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang. Determinasi koefisien (R^2) adalah 0.369 dari $r = 0.607$ sehingga dapat diketahui bahwa konformitas memiliki tingkat pengaruh dengan sumbangsih sebesar 37% terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang memiliki tingkat usaha menyesuaikan dengan kelompok atau konformitas yang tinggi pada aspek normatif. Aspek normatif mahasiswa ditunjukkan dengan mengikuti aturan teman temannya, cenderung mengikuti keinginan teman temannya demi mempertahankan pertemanan, orang-orang sekitar mampu memengaruhi dan mengubah ide-idenya, mengikuti temannya untuk membeli suatu produk yang sama. Pada aspek ini memengaruhi mahasiswa untuk berperilaku membeli barang tanpa pertimbangan yang rasional karena peran budaya merupakan penentu keinginan dan merupakan perilaku yang paling

mendasar (Kotler, 2005). Seorang mendapatkan kumpulan nilai, persepsi, preferensi dan perilaku dari lembaga-lembaga penting seperti lingkungan sosial di Fakultas Ekonomi UIN Malang.

Konformitas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi juga terbentuk dari aspek informatif yang ditunjukkan dengan bergantung pada nasihat orang lain, merasa bahwa seseorang mampu mengubah pendapatnya dan mematuhi, sering bergantung pada orang lain ketika saya harus membuat sebuah keputusan penting dengan cepat, takut untuk memutuskan sendiri sehingga mengikuti keinginan kelompok. Baron dan Byrne (2005) menjelaskan aspek informatif pada individu akan merubah atau menyesuaikan persepsi, keyakinan maupun perilaku individu karena percaya terhadap informasi yang dianggap bermanfaat yang berasal dari kelompok sosial. Karakter mahasiswa Fakultas Ekonomi 2017 UIN Malang pada aspek infromatif dalam membeli barang juga menunjukkan ciri-ciri perilaku konsumtif yaitu membeli produk hanya sekedar menjaga status sosial sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi. Anggapan individu mengenai barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya (Sumartono, 2002: 95).

Karakter menerima pendapat dan membenarkan tindakan kelompoknya pada mahasiswa Fakultas Ekonomi 2017 UIN Malang sehingga membuat kelompok atau teman teman di angkatannya sebagai kelompok acuan. Kelompok acuan memberikan pengaruh langsung pada perilaku konsumtif.

Kotler (2005) juga menjelaskan bahwa kelompok acuan menghadapi seseorang pada perilaku dan gaya baru sehingga menciptakan tekanan dalam pilihan produk dan merk seseorang. Kelompok acuan yang berasal dari teman sebaya sebagai memiliki makna suatu hubungan pertemanan di lingkungan kampus yaitu Fakultas Ekonomi UIN Malang. Benarjee (2016) menjelaskan kelompok teman sebaya terjadi atas dasar kepedulian, kebersamaan, persamaan karakteristik, saling bantu serta percaya.

Mahasiswa sering menghadapi penerimaan atau penolakan dari teman sebayanya dalam hubungan antar individu. Agar tidak ditolak oleh teman sebaya, cenderung mengikuti prinsip yang sama dalam kelompok sebaya agar dapat diterima dengan baik dalam kelompok sebaya (Mappiare, 2012). Salah satunya adalah dengan mengikuti gaya hidup konsumen sebaya. Oleh karena itu, jika seorang teman membeli produk atau barang tertentu, remaja putri lain juga akan membelinya. Sejalan dengan Myers (2012), konformitas pada suatu kelompok dapat mempengaruhi individu untuk berperilaku sesuai keinginan kelompok bahkan melakukan perilaku di luar keinginan individu tersebut.

Hasil penelitian serupa dilakukan oleh Damayanti, A. M. (2014) untuk mengetahui hubungan konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa indekost mewah. Penelitiannya menunjukkan hasil terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 41,8%.

Persaingan antar teman serta agar mahasiswa diterima oleh kelompoknya di indekost mewah memudahkan mereka untuk terpengaruh oleh teman-teman sebaya dalam hal gaya hidup. Perilaku mudah terpengaruh oleh teman sebaya inilah yang memicu tumbuhnya perilaku konsumtif. Penelitian oleh Hasbi, M (2016) tentang pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial menunjukkan hasil Nilai R^2 (R Square) sebesar 0,304 artinya bahwa proporsi pengaruh konformitas mampu menjelaskan 30,4% perilaku konsumtif.

Penelitian terbaru oleh Perdana, P. I. dan Mujiasih, E. tahun 2017 tentang konformitas dengan perilaku konsumtif membeli pakaian pada mahasiswi berjumlah 203, menghasilkan koefisien korelasi sebesar 0,476 dengan $p=0,000$ ($p<0,05$) yang menunjukkan terdapat hubungan positif antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Sumbangsih efektif konformitas dengan perilaku konsumtif teman sebaya sebesar 22,6%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konformitas pada mahasiswi berada pada kategori rendah (81,7%).

5. Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang

Berdasarkan hasil penelitian pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang menggunakan teknik uji T menunjukkan bahwa *self control* memiliki hubungan yang negatif dengan nilai signifikansi sebesar $0.000 < 0.005$. Dapat disimpulkan bahwa variabel *self control* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang. Determinasi koefisien (R^2) adalah 0.818 dari $r = 905$ sehingga dapat diketahui bahwa *self control* memiliki tingkat pengaruh dengan sumbangsih sebesar 81% terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain.

Kemampuan kontrol diri mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang berada pada tingkat rendah diukur melalui tiga aspek yakni perilaku, kognitif dan keputusan. Pembentuk kontrol diri mahasiswa yang pertama berdasarkan aspek kontrol perilaku rendah pada pembelian produk di shopee ditunjukkan dengan tidak dapat menahan diri untuk berbelanja di shopee, membuka aplikasi shopee apabila tidak ada kepentingan, kurang mempertimbangkan atau perencanaan dengan benar kebutuhan saat belanja, kehabisan uang bulanan sebelum waktunya, mengisi saldo *shopeepay* agar bisa puas berbelanja. Aspek perilaku yang tidak bisa dikendalikan menciptakan

perilaku konsumtif melalui aplikasi shopee yang dapat dilihat pada aspek keinginan mengonsumsi berlebihan mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang.

Perilaku konsumtif mahasiswa yang berasal dari kurangnya kemampuan kontrol perilaku ditunjukkan dengan harus membeli barang yang diinginkan, membeli barang yang tidak benar-benar dibutuhkan, membeli barang tanpa pertimbangan, dan membeli barang kurang bermanfaat sehingga terjadilah perilaku pemborosan. Sesuai pendapat Tambunan (2001) bahwa perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Adanya ketidakmampuan dalam mengontrol perilaku mahasiswa sebagai sebab terjadinya perilaku konsumtif dengan berlebihan dalam berbelanja dan inefisiensi biaya.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi 2017 UIN Malang yang kurang mampu juga dapat ditinjau dari ketidakmampuan kontrol kognitif yang termasuk pada aspek pembentuk kedua. Rendahnya kontrol kognitif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi UIN Malang ditunjukkan dengan membeli hanya agar terlihat kekinian, keren, mengikuti *trend* tanpa mempertimbangkan konsekuensi sebelum belanja. Karakter seperti ini memicu seseorang untuk berperilaku konsumtif karena dilakukan untuk mencapai kepuasan semata seperti

mengikuti mode serta memperoleh pengakuan semata. Sesuai pernyataan oleh Tambunan (2011) bahwa kalangan mahasiswa yang memiliki orang tua dengan kelas ekonomi yang cukup berada, terutama di kota-kota besar, mereka ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar. Padahal mode itu sendiri selalu berubah sehingga para remaja tidak pernah puas dengan apa yang dimilikinya.

Mahasiswa berada pada dewasa awal dengan karakteristik masih baru memantapkan kondisi psikisnya sehingga sangat mudah untuk dipengaruhi. Konsumen dewasa memiliki kecenderungan membeli yang tinggi sebab pada umumnya dalam hal berdandan, berpakaian, bergaya, berasal dari keseluruhan uang (Jatman; 1987 Monks, Knoers dan Haditono; 1995). Lingkungan ekonomi memiliki pengaruh yang sangat tinggi pada perilaku mahasiswa, dan cara mahasiswa merespon atau menyesuaikan diri dengan lingkungannya dipengaruhi oleh kontrol diri (Rosyid, H. F. dan Lina 1997). Lingkungan ekonomi pada kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang dapat berupa kalangan teman sebaya di lingkungan kampus UIN Malang.

Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh persepsi sebagai faktor psikologis menurut Kotler (2005). Pembelian yang didasarkan pada pendapat orang lain serta termasuk pada kurangnya kemampuan kontrol keputusan. Averill (1973) menjelaskan bahwa kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk

memilih hasil atau suatu tindakan berdasarkan pada suatu yang diyakini. Kontrol diri dalam menentukan pilihan akan berfungsi dengan adanya kesempatan, kebebasan atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih berbagai kemungkinan tindakan. Pada mahasiswa Fakultas Ekonomi ditunjukkan dengan pembelian barang dishopee yang berdasarkan pendapat orang lain tanpa keyakinan yang mantap pada produk.

Temuan ini sesuai dengan penelitian oleh Anggreini, R. dan Mariyanti, S. (2014) yang menunjukkan adanya hubungan negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif dengan tingkat korelasi sebesar -0.304. Dimensi kontrol diri yang paling dominan adalah kontrol perilaku yang baik seperti mampu mengatur perilaku, mengatur stimulus dan membatasi diri dari belanja yang berlebihan. Shohibullana, I. H. (2014) melakukan penelitian serupa mengenai kontrol diri terhadap perilaku konsumtif ditinjau dari sekolah yang berdekatan dengan Mall. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kontrol diri memiliki tingkat pengaruh yang tinggi yaitu ($F=0.003$; $Sig=0.959$; $Sig>0.05$) atau memiliki sumbangsih sebesar 91% terhadap perilaku konsumtif siswa.

6. Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konformitas dan kontrol diri dapat mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang, hal ini dapat dibuktikan dari nilai F hitung sebesar 363,17 dengan probabilitas $0,000 < 0,005$ artinya terdapat pengaruh secara simultan dari variabel konformitas dan *self control* terhadap perilaku konsumtif. Pengolahan data yang telah dilakukan menunjukkan hasil dalam menjawab hipotesis H1 bahwa “terdapat pengaruh signifikan konformitas dan *self control* terhadap perilaku konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang” dengan demikian hipotesis ini dapat diterima.

Pemaparan hasil menunjukkan bahawa hasil R square (R^2) yaitu sebesar 0.821 kofisien konformitas dan kontrol diri secara bersama-sama berpengaruh terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebanyak 82.3% dan 17.7% lainnya akan dijelaskan oleh faktor lain diluar variabel penelitian. Faktor lain yang diluar penelitian ini seperti konsep diri (Gumulya & Widiastuti, 2013), literasi ekonomi dan gaya hidup (Kanserina, D. & Haris, I. A., 2015), budaya (Mawo, T. & Thomas, P., 2017) dan online marketing (Triyaningsih, S. L., 2011). Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh negatif antara *self control* terhadap perilaku konsumtif dan terdapat hubungan positif antara konformitas terhadap perilaku konsumtif.

Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 dengan konformitas yang tinggi serta memiliki kontrol diri rendah sama-sama memiliki keyakinan besar pada tanggapan orang lain seperti lembaga. Mahasiswa membenarkan mode atau *trend* yang tengah diterapkan oleh kelompoknya dan memutuskan untuk mengikutinya, hal ini bertujuan untuk keperluan keterpaduan dengan tanggapan umum. Keputusan berdasarkan kontrol yang rendah mewujudkan terjadinya berbelanja hanya dengan menjaga status sosial, penilaian orang, serta gengsi semua. Hal ini termasuk perilaku konsumtif secara mendasar, yaitu dilakukan hanya untuk mencapai kepuasan semata berdasarkan aspek perilaku konsumtif (Tambunan, 2001).

Teman sebaya di perkuliahan menjadikan kelompok tersebut sebagai kelompok acuan. Kelompok acuan pastinya memiliki persepsi dan norma yang berlaku, hal ini memiliki pengaruh pada tingkat konformitas mahasiswa. Mariyanti & Anggreini (2014) menjelaskan mahasiswa mudah terpengaruh oleh berbagai aktivitas teman kelompoknya termasuk aktivitas berbelanja, dikarenakan mahasiswa membutuhkan pengakuan dari lingkungan sosial. Mahasiswa ingin berpenampilan menarik untuk lawan jenis maupun teman sebaya menjadikan kebanyakan membelanjakan uang untuk keperluan gengsi (Anggreini & Mariyanti, 2014)

Hal serupa telah dijelaskan oleh Baron & Bryne (dalam Haryani & Herwanto, 2015) bahwa alasan terjadinya konformitas pada seseorang adalah

supaya disukai oleh orang lain serta terhindar dari penolakan, hal ini memicu mahasiswi untuk berperilaku konsumtif. Mahasiswa memiliki mekanisme untuk mengatur perilaku akan mampu menyikapi budaya konsumtif dengan mengerem rasa puasannya yang diperoleh dari berbelanja (Heni, 2013 dalam Dewinda & Susilarini, 2021). Hal ini menjadikan mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang yang memiliki pengendalian yang rendah mudah terpengaruh untuk berbelanja tanpa pertimbangan terutama saat menggunakan aplikasi shopee.

Penjelasan diatas sesuai dengan pernyataan Murisal (2007) bahwa mahasiswa dihadapkan pada penerimaan atau penolakan teman sebaya dalam pergaulan sehingga menghindari penolakan teman sebaya membuat mahasiswa mengikuti hal-hal yang sama dengan kelompok teman sebaya agar diterima dengan baik. Mengikuti pola hidup konsumtif dalam kelompok teman sebaya dibutuhkan adanya pengendalian diri dalam mengelola keuangan (Putra, 2012). Pengendalian diri oleh mahasiswa mampu mengontrol pengeluaran dengan melawan keinginan maupun dorongan dalam menghabiskan uang secara berlebihan yang berdasarkan keinginan bukan kebutuhan (Nofsinger, 2005).

Perkembangan serta kemudahan dalam memperoleh link produk di shopee dari kelompoknya semakin meningkatkan kecenderungan perilaku konsumtif. Kemudahan penggunaan aplikasi menjadikan stimulus yang seharusnya juga mampu untuk dikendalikan. Sesuai teori oleh Averill (1973)

pengendalian stimulus dengan mengatur pelaksanaan dengan membuat daftar belanjaan serta mencatat pengeluaran, dan memodifikasi stimulus dengan tidak membuka aplikasi shopee apabila tidak ada keperluan serta mengisi *shopeepay* seperlunya. Kemampuan mengendalikan stimulus ini kurang dimiliki oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang sehingga semakin mudah tergiur oleh diskon yang ditawarkan.

Penelitian terbaru mengenai kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif dilakukan oleh Yulita, Y. (2022) yang berjudul Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Pengiriman Makanan Online pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah adanya pengaruh antara ketiga variabel bebas terhadap perilaku konsumtif. Penelitian ini dilakukan pada generasi milineal yang lebih identik dengan hal instan terutama dalam hal pembelian makanan secara online. Penelitian serupa oleh Dewinda, C. & Susilarini, T. (2021) berjudul Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik Lipstick Maybelline. Korelasi multivariat pada uji regresi diketahui koefisien determinasi R square sebesar 0,453 dan berdasarkan regresi korelasi multivariat diperoleh nilai koefisien korelasi $R = 0,673$ dan $p = 0,000$ yang berarti ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dalam penelitian “Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Berbelanja *Online* di Shopee pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2017 UIN Malang” disimpulkan sebagai berikut:

1. Tingkat konformitas pada mahasiswa Fakultas Ekonomi berada dalam kategori sedang dengan persentase 56% sehingga dapat dikatakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi tidak terlalu terpengaruh oleh lingkungan dalam mengubah sikap dan tingkah lakunya sehingga sesuai dengan norma sosial.
2. Tingkat kontrol diri pada mahasiswa Fakultas Ekonomi berada dalam kategori rendah dengan persentase 41,4% sehingga dapat dikatakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi kurang dalam mengontrol pikiran, perilaku, dan keputusannya dalam melakukan belanja *online*.
3. Tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi berada dalam kategori tinggi dengan persentase 51,6% sehingga dapat dikatakan bahwa mahasiswa Fakultas Ekonomi cenderung melakukan pembelian di Shopee tanpa ada pertimbangan dahulu sehingga menimbulkan konsumsi secara berlebihan demi mencapai kepuasannya semata.
4. Konformitas secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji t lebih kecil

dari nilai derajat signifikansi yaitu $0.039 < 0.05$ maka terdapat pengaruh antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Konformitas dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang positif, karena apabila tingkat konformitas pada mahasiswa tinggi, maka tingkat perilaku konsumtifpun juga semakin tinggi.

5. Kontrol diri secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan hasil uji t lebih kecil dari nilai derajat signifikansi yaitu $0.000 < 0.05$ maka terdapat pengaruh antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Kontrol diri dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang negatif karena apabila tingkat kontrol diri pada mahasiswa tinggi, maka perilaku konsumtif semakin rendah.
6. Konformitas dan kontrol diri secara simultan berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif Hal tersebut dapat dibuktikan dengan nilai probabilitas (sig.) yaitu $0.000 < \text{derajat signifikansi } 0.05$ maka hipotesis diterima yaitu terdapat pengaruh antara konformitas dan kontrol diri terhadap perilaku konsumtif.

B. Saran

1. Bagi Fakultas

Bagi pihak fakultas diharapkan untuk mengarahkan kegiatan-kegiatan kemahasiswaan pada kegiatan yang bersifat positif seperti mengadakan seminar dan pelatihan tentang mengontrol perilaku konsumtif, serta tentang pemilihan relasi pertemanan yang positif.

2. Bagi Mahasiswa

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa perilaku konsumtif pada mahasiswa tergolong tinggi terutama pada aspek keinginan mengkonsumsi secara berlebihan. Mahasiswa diharapkan mampu mempertimbangkan barang yang akan dibeli, mementingkan kebutuhan yang akan dibeli daripada keinginan, dan membeli barang-barang sesuai manfaat saja untuk menurunkan perilaku konsumtif. Upaya untuk menurunkan perilaku konsumtif tersebut juga termasuk upaya dalam meningkatkan kontrol diri terhadap pembelian pada mahasiswa.

Selanjutnya, pada penelitian ini konformitas tergolong pada kategori sedang yang artinya mahasiswa tidak terlalu terpengaruh pada teman atau lingkungannya saat menentukan keputusan pembelian. Alangkah baiknya mahasiswa mampu menurunkan tingkat konformitasnya dengan cara segala keputusan pembeliannya tidak bergantung kepada orang lain, tidak membeli suatu barang yang sama dengan teman karena hanya untuk mempertahankan pertemanan, dan tidak mudah mengikuti orang lain.

3. Bagi Peneliti selanjutnya

- a. Peneliti selanjutnya dapat meneliti kembali dengan model penelitian serupa pada populasi atau sampel yang berbeda seperti jenjang usia, jenis kelamin, pendidikan, dan sebagainya.
- b. Penelitian ini menemukan bahwa konformitas dan kontrol diri memberikan pengaruh sebesar 82.3% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan 17.7% dipengaruhi faktor lain. Faktor lain yang dapat menjadi pemicu diantaranya jenis kelamin, usia, uang saku, dan sebagainya.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A. Anwar Prabu Mangkunegara. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia. Perusahaan. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Alwisol. 2004, Psikologi Kepribadian, Malang: Universitas Muhammadiyah Malang Press.
- A.A Anwar Prabu Mangkunegara. (2005). Manajemen Sumber daya Manusia Perusahaan. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Anshari, H.M. H. (1996). Kamus psikologi. Surabaya: Usaha Nasional.
- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara kontrol diri dan perilaku konsumtif mahasiswi Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 12(01), 126664.
- Anshari, H.M. H. (1996). Kamus Psychologi. Surabaya: Usaha Nasional.
- Aqila, Vebby (2020). *Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Kelompok Arisan Cafe UMA 84 (skripsi)*. Universitas Medan Area.
- Aryani, G. (2006). Hubungan Antara Komformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMA Negeri 1 Semarang Tahun Ajaran 2005/2006 Semarang. Skripsi Universitas Negeri Semarang (tidak dipublikasikan). Balai Pustaka, 2005.
- Averill, J. F. (1973). Personal Control Over Averssive Stimuli and It's Relationship to Stress. *Psychological Bulletin*, No. 80. P. 286-303.
- Azwar, S. 2011. Reliabilitas dan Validitas. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Azwar, Saifuddin. 2013. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Badan Penelitian dan Pengembangan Kementerian Dalam Negeri (2018). *Riset Snapcart: 65 Persen Pelaku Belanja Online Adalah Perempuan*. Di unduh dari <http://litbang.kemendagri.go.id/website/riset-snapcart-65-persen-pelaku-belanja-online-adalah-perempuan/>
- Baron, R.A. dan Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial*. Edisi kesepuluh: jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Baron dan Byrne. (2008). *Psikologi Sosial: Jilid 1 Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Baron, R. A., Branscombe, N. R., & Byrne, D. (2008). *Social Psychology* (12th ed.). Boston: Pearson Education.
- Bigne, E., Ruiz, C., & Sanz, S. (2005). *The Impact of Internet User Shopping Patterns and Demographics on Consumer Mobile Buying Behaviour*. *Journal of Electronic Commerce Research*, 6 (3), 193.
- Borba, M. (2008). *Membangun kecerdasan moral, tujuh kebajikan utama agar anak bermoral tinggi*. Alih Bahasa oleh Lina Jusuf. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama. Pustaka Utama. Chaplin. J. P. (2002). *Kamus Lengkap Psikologi*. Cetakan Keenam. Penerjemah: Kartiko, K. Jakarta: PT. raja Grafiika Persada.
- Chita, R. C., David, L., & Pali, C. (2015). *Hubungan Antara Self-Control Dengan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Fashion Pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Angkatan 2011*. *Jurnal*

eBiomedik (eBm),3 (1), 297-302.

Ch, Mufidah (2008) Psikologi Keluarga Islam Berwawasan Gender (Malang: UIN MalangPress)

Cialdini, R., B., & Goldstein, N., J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*. 55(1), pages 591–621.

Cinthia, R. R., & Kustanti, E. R. (2017). *Hubungan antara konformitas dengan prokrastinasi akademik pada mahasiswa* (Doctoral dissertation, Diponegoro University).

Creswell, J. W. (2013). *Research Design (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed)* Edisi Revisi. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Damayanti, A. Muhlis. (2014). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Indekost Mewah Di Kecamatan Kartasura*. Naskah Publikasi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.

Dewinda dan Susilarini. 2021. *Hubungan Antara Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Lipstick Maybelline*.

Engel, F.J, Roger D. Blackelweel. 2002. *Perilaku konsumen*. (edisi keenam terjemahan). Jakarta : Binapura Aksara.

Ermawati,E., & Indriyati, E.P (2011). *Hubungan antara konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMP N 1 Piyungan*. *Jurnal Spirit*. 2(1).

Eva suminar & Tatik Meiyuntari. (2015). *Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif*. *Persona, Jurnal psikologi Indonesia Vo.4 No.2 hal 145-152, 150*.

- Faizah, Ainun. 2020. Pengaruh Kemudahan *E-commerce* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Fajriana, Y. R., & Listiara, A. (2018, April). Hubungan Asertivitas dengan Konformitas pada Mahasiswa Anggota Ormada yang Bertalar Belakang Budaya Jawa di Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2), 384-390.
- Fardhani, P.R., & Izzati, U. A. (2013). Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja (Studi pada Siswa Kelas XI SMA Trimurti Surabaya). *Character*, 1(02), 1-7.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fitriana & Koentjoro. 2009. Kerajinan Berbelanja Pada Wanita Bekerja Fenomena. *Jurnal Psikologi: Universitas Gadjah Mada*. Vol. 7 No. 1, 48-57. Diakses pada 20 Agustus 2017.
- Ghufroon Nur dan Rini Risnawati. 2010. *Teori-Teori Psikologi*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi Esa Unggul*, 11(01), 126900.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Penelitian Research*. Yogyakarta: Bpfe.
- Hasbi, Muh (2018) *Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016*. Skripsi, Universitas Negeri Makassar.

- Herlina, Widiyana, S. dkk. (2004). Kontrol Diri Dan Kecenderungan Kecanduan Internet. *Humanitas. Indonesian: Psychological Journal*.
- Hermawan, Wafa, dan Shadiqien. 2020. Dampak Media *Online* Shopee Terhadap Perilaku Konsumtif Karyawan PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, tbk Cabang Banjarmasin.
- Hurlock, E. B. (2002). Psikologi Perkembangan Suatu pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Hurlock, E. B. (2006). Psikologi Perkembangan. Jakarta: Erlangga.
- James F. Engel, Roger D. Blackwell dan Paul W. Miniard, Perilaku Konsumen, Edisi Keenam, Jilid 1, Penerbit Binapura Aksara, Jakarta, 1994.
- John C. Mowen, Michael Minor. 2002, Perilaku Konsumen (Jilid 1), Edisi Kelima, Erlangga, Jakarta. Hal 7.
- Kanserina, D., Haris, I. A., & Nuridja, I. M. (2015). pengaruh literasi ekonomi dan gaya hidup terhadap perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi universitas pendidikan ganesha tahun 2015. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Khoirunnas. (2017). Pola Konsumtif Mahasiswa di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*, 4(1), 1– 15.
- Kotler, Amstrong. 2000. Prinsip-prinsip Pemasaran, edisi keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dkk. 2000. Manajemen Pemasaran (Pearson Education Asia).

Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Laurent, F. 2016. Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal AGORA* Vol. 4, No. 2
- Lazarus, R.S. 1976. *Emotional and Adaptation*. New York: Mc Graw Hill Publishing Company.
- Lestari, A. 2006. Ada Perbedaan perilaku Konsumtif Mahasiswa yang Berkepribadian Ekstrovert dengan Mahasiswa yang Berkepribadian Introvert. Skripsi. (Tidak Diterbitkan). Sumatera Utara: Fakultas Psikologi universitas Sumatera Utara.
- Lina dan Rasyid, H.F. 1997. Perilaku Konsumtif berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putra. *Jurnal Psikologika*, 4. Hal 24-28.
- Mappiare, A. (2012). *Psikologi Remaja*. Usaha Nasional.
- Marita, R. A. S. (2014). Profil Habits of Mind Siswa SMA Kelas XI Pada Pembelajaran Biologi Menggunakan Metode Praktikum dan Diskusi. *Prosiding Mathematics and Sciences Forum UPI 2014*.
- Mawo, T., & Thomas, P. (2017). Pengaruh Literasi Keuangan, Konsep Diri dan Budaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMAN 1 Kota Bajawa. *Journal of Economic Education*, 6(1), 60-65.
- Miranda, S. (2017). Pengaruh Instagram Sebagai Media Online Shopping Fashion Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Riau. *JOM FISIP*, 4 (1), 2-4.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*. Edisi 10. Jilid 2. Jakarta: Salemba Humanika.

- Philip Kotler, 2005, Manajemen Pemasaran Edisi kesebelas Jilid 2, Indeks, Jakarta.
- Prabadewi, K. D., & Wideasavitri, P. N. (2014). Hubungan Konsep Diri Akademik dengan Motivasi Berprestasi pada Remaja Awal yang Tinggal di Panti Asuhan di Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 1 (2), 262.
- Pratiwi, I. (2017). Pengaruh literasi ekonomi, kelompok teman sebaya dan kontrol diri terhadap perilaku pembelian impulsif untuk produk fashion di online shop pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 9 (1), 98-107.
- Rosandi, A.F. 2004. Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya. Skripsi (tidak diterbitkan). Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya.
- Rosyid, H. F dan Lina 1997. Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus of Control pada Remaja Putri. *Psikologika: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Psikologi*, 2 (4), 5-14.
- Sabirin, E. 2005. *Kenapa Kita Doyan Belanja*. <http://www.kompas.com/kompas-cetak/0508/26/muda/2000305.htm> diakses 09 Desember 2019.
- Saidah, Irmatus. 2016. *Hubungan Konformitas (Conformity) dengan Kohesivitas (Cohesiveness) pada Siswa MAN Gondanglegi Malang (skripsi)*.
- Salsabila & Nio, 2019. (2019). Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas hukum ubh pengguna shopee. 1–12.
- Santrock, John W., 1983. *Developmental Psychology A Life-Span Approach* 5th ed,

New Delhi: Mc Graw Hill, Inc; Ltd Publishing Company.

Sarafino, E.P. 2012. *Health Psychology (Second Edition)*. New York: John Willey&Sons,Inc.

Sari. (2015). *Perilaku Berbelanja Online di Kalangan Mahasiswi Antropologi Universitas Airlangga*.

Sarwono, S.W. (1989). *Psikologi remaja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Sarwono, Sarlito W. & Eko A. Meinarno. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: PenerbitSalemba Humanika.

Sears, David O, dkk. (1985). *Social Psychology Fifth Edition (Alih Bahasa: Andryanto)*. Jakarta: Erlangga.

Septi Kusumawati, et.al., Hubungan antara Dukungan Sosial Peer Group dan Kontrol Diri dengan kepatuhan Terhadap Peraturan pada Remaja Putri. (Jurnal: Program studi Psikologi, Univ. Sebelas Maret).

Shaulina, N. (2020). *Pengaruh Literasi Ekonomi dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Program Studi Ekonomi Universitas Jambi Angkatan 2017*.

Shohibullana, I. H. (2014). Kontrol diri dan perilaku konsumtif pada siswa SMA (ditinjau dari lokasi sekolah). *Cognicia*, 2(1).

Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & B*, Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sumartono. (2002). *Teperangkap dalam iklan: meneropong imbas pesan televisi*.

Bandung:Penerbit Alfabeta.

Tambunan. 2001. Remaja dan Perilaku Konsumtif.

<https://id.scribd.com/document/12007850/Remaja-Dan-Perilaku-Konsumtif>.

Taylor, S.E., Peplau, L.A., dan Sears, D.O. 2009. Psikologi Sosial. Edisi Kedua belas.

Alih Bahasa: Tri Wibowo, B.S. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Tosepu, R., Gunawan, J., Effendy, D.S., Ahmad, L.O.A.I., Lestari, H., Bahar, H.,

Asfian, P., (2020). Correlation between weather and Covid-19 pandemic in

Jakarta,Indonesia.Sci.TotalEnviron.,[https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.](https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.1384)

[1384](https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.1384) 36.

Turban, et al. (2004). *Electronic Commerce: A Managerial Perspective*. Prentice Hall.

New Jersey.

Turban, Efraim. et. al. 2015. *Electronic commerce a Managerial and Social*

Networks Perspective 8th edition. Springer.

Wade, Carole & Carol Tavis. 2007. Psikologi Jilid 2. Jakarta: Erlangga. Yosep, I. (2009).

Keperawatan Jiwa. Bandung: Refika Adi Duran.

Wallston, K.A. & Wallston, B.S. (1982). *Who is Responsible for Your Health: The*

Construct of Health Locus of Control In G. Sanders & J Suls (Eds.) Social

Psychology of Health and Illness. Hal. 65-95.

Yulita , Yulita (2022) Pengaruh Literasi Keuangan, Kontrol Diri, Dan Konformitas

Terhadap Perilaku Konsumtif Penggunaan Aplikasi Online Food Delivery

Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Skripsi S1,

Universitas Negeri Jakarta.

Yuniarti, V, S. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Bandung Pustaka Setia.

Zakiah. (2012). *Faktor-Faktor Yang Berhubungan Dengan Pemberian ASI Eksklusif*

Di Kelurahan Semanan Kecamatan Kalideres Jakarta Barat Tahun 2012.

Skripsi. Fakultas Kesehatan Masyarakat. Universitas Indonesia

Zikra, R., & Yusra, Z. (2016). “*Kepuasan Wanita Berbelanja Produk Fashion*

Berdasarkan Cara Membeli”. *Jurnal RAP UNP*, Vol 7(1), 55–56.