

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA DI SMKN 2 MALANG**

SKRIPSI

Oleh:

**MOCHAMMAD RIZKI AZIZ
NIM : 07410053**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
2011**

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA DI SMKN 2 MALANG**

SKRIPSI

Diajukan kepada Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
Untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam
Memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Oleh:

MOCHAMMAD RIZKI AZIZ
NIM : 07410053



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS PSIKOLOGI
2011**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI SMKN 2 MALANG

Oleh:
MOCHAMMAD RIZKI AZIZ
NIM : 07410053

Telah disetujui oleh:
Dosen Pembimbing,

M. Bahrn Amiq, M. Si
NIP. 19771224 200801 1 007

Pada tanggal, 5 Oktober 2011

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang

Dr.H.Mulyadi, M.Pd.I
NIP.195507171 98203 1 005

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA DI SMKN 2 MALANG

Oleh:
MOCHAMMAD RIZKI AZIZ
NIM : 07410053

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji dan dinyatakan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Pada tanggal 5 Oktober 2011

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

Penguji Utama	: Drs. H. Yahya, M.A NIP. 19660518 199103 1 004 _____
Ketua Penguji	: Zainal Habib, M. Hum NIP. 19760917 200604 1 002 _____
Sekretaris/Pembimbing	: M. Bahrin Amiq, M.Si NIP. 19771224 200801 1 007 _____

Mengetahui dan Mengesahkan,
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang

Dr.H.Mulyadi, M.Pd.I
NIP. 195507171 98203 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mochammad Rizki Aziz
NIM : 07410053
Alamat : Jl. KH Wachid Hasyim No 7/Pasuruan

Menyatakan bahwa Skripsi yang dibuat sebagai salah satu persyaratan kelulusan pada Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, yang berjudul:

**“HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA REMAJA DI SMKN 2 MALANG”**

Adalah murni hasil karya penulis dan bukan duplikasi dari karya orang lain,-

Selanjutnya apabila dikemudian hari ada klaim dari pihak lain, adalah bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, melainkan sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Demikian, surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan tanpa intervensi dari pihak manapun.

Malang, 5 Oktober 2011
Penulis,

Mochammad Rizki Aziz

Motto

“Berbuat baiklah pada semua orang maka orang
akan berbuat baik Kepadamu”

LEMBAR PERSEMBAHAN

Ku persembahkan skripsi ini untuk orang tuaku tercinta, kepada ayah dan ibuku yang selalu sabar dalam mendidikku selama ini, sampai akhirnya aku tumbuh jadi dewasa dan nantinya akan jadi orang yang bermanfaat dunia akhirat dan akan selalu membanggakanmu. Aku tidak akan bisa membalas jasmamu melainkan aku akan jadi anak yang soleh dan selalu mendoakanmu. Terima kasih telah memberiku kasih sayang sampai saat ini.

Kepada papa dan mamaku yang selalu memberiku nasihat dan motivasinya selama ini supaya aku bisa jadi orang yang berhasil kelak, nasihatmu akan selalu kuingat sampai aku bisa mewujudkan cita-citaku kelak

Keluarga besar PMII rayon penakluk Al Adawiyah tempat aku memulai pengalaman organisasiku sampai aku mempunyai banyak pengetahuan dan pengalaman, khususnya angkatan 2007, tetaplah jadi sang "PENAKLUK" sahabat,

Sahabat-sahabat komisariat PMII yang menjadi tempatku bernaung yang menambal khazanahku dalam berwacana dan bergerak

Saudara-saudaraku di UNIOR, yang selalu menjadi tempat aku berproses dan memperoleh banyak ilmu khususnya bernegosiasi dan pengalaman baik suka maupun duka.

Tempat bernaungku di intra, BEM F dan BEM U, telah banyak memberiku manfaat bagaimana menjadi mahasiswa yang kritis sehingga mampu mengemban amanah yang telah diberikan kepadaku. Terima kasih telah menjadi bagian keluarga besar RM

Buat sahabat2 angkatan 2007 psikologi, teruslah berjuang untuk memperoleh cita-cita kalian masing. Aku akan selalu mengingat masa-masa selama berkumpul dengan kalian selama 4 tahun ini.

Buat QQ ndut, yang selalu meluangkan waktu, perhatiannya dan memberikan semangat serta menemaniku sampai akhirnya aku bisa selesai mengerjakan skripsi ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kepada sahabat2 angkatan 2007 semuanya dan khususnya Soni, daup, iqbal, dinal, rizki NH, halim, finna, vilda, mega, ihyak, fuad, samiun, fatur. Kenangan bersama kalian selama 4 tahun ini tidak akan aku lupakan sampai nanti kita akan menjadi orang yang sukses kelak

Segenap sahabat2 jajaran pengurus Komisariat PMII angkatan 2007, baroq, aam, sandy, ahda, om bero, mbut, ayik, iqbal, muslim, kopyor, elong, udin, gepeng. Tetap tangan terkepal dan maju ke muka.

Pak Nasih, Pak Heru, Pak Lutfhi, Pak Amiq yang selama ini telah membantu dan membimbing saya dalam hal akademik maupun non akademik.

Teman2 psikologi malang raya dan FORKOMAPSI, diki, doni, cince, ello, maryam, kiki. Suwon yo rek atas kebersamaan kita selama ini dan terus jaga kekompakan kita

Keluargaku di Baran Pak Nasa'i dan Bu Uus, Pak Rosidi dan Bu Lut, Keluarga besar MI Mifatkul Ulum, MTS dan MA Darussalam Agung dan Team PKLI kedung kandang 2, Terima kasih banyak atas kebersamaan kita selama 40 hari yang sangat penuh kenangan

Para senior-seniorku yang telah banyak membantuku dan memberiku banyak pengetahuan dan pengalaman, mas Seno, sadid, John idur, john kadal, mas golek, mas ocha, mas dzikri.

Arek Rayon adawiyah, tempatku bercanda tawa bersama sahabat2 angkatan 2008, 2009, 2010. Teruskan perjuangan kalian sampai titik darah penghabisan

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulisan skripsi ini terselesaikan dengan baik. Shalawat dan Salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, sebaik-baik hamba dan Nabi akhir zaman pembawa kebenaran dan kesempurnaan. Karena berkat Rahmat dan Kebesaran-Nya peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Hubungan Antara konformitas dan perilaku konumtif pada remaja di SMKN 2 Malang”.

Penelitian ini disusun atas bekal ilmu dan pengetahuan yang terbatas, sehingga tanpa bantuan dan bimbingan serta petunjuk dari beberapa pihak akan sulit bagi Penulis untuk menyelesaikannya.

Menyadari kenyataan yang demikian, maka penulis dengan segenap kerendahan hati merasa wajib untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya, kepada berbagai pihak yang telah membantu, yaitu:

1. Bapak Prof. Dr. H. Imam Suprayogo, selaku Rektor UIN Maliki Malang.
2. Bapak Dr. H. Mulyadi, M. Pd.I, selaku Dekan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, yang telah memberikan izin penelitian.
3. Bapak Bahrin Amiq, M.Si selaku dosen pembimbing, yang dengan penuh kesabaran telah memberikan bimbingan dan dukungan selama penulisan skripsi.
4. Bapak Drs. Juwito Selaku kepala SMKN 2 Malang serta segenap guru- guru yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bantuan sehingga berlangsungnya penelitian ini.
5. Bapak Ibu guru BK SMKN 2 malang, Bu Evi, Bu Tatik, Pak Yahya terima kasih atas bantuan dan bimbingannya telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Siswa- siswi SMKN 2 Malang yang telah bersedia membantu peneliti dalam kelancaran penelitian ini.
7. Bapak dan Ibu dosen serta para karyawan Fakultas Psikologi UIN Maliki Malang, yang tidak mungkin disebutkan satu-persatu atas bantuan akademis dan morilnya.
8. Keluargaku, Ayah dan ibu, Mama dan Papa, terima kasih atas doa dan kasih sayangnya yang tidak pernah berhenti kepadaku. Adek Ayu, Mas Arif, Mas Fani atas semua bantuan dan motivasinya.
9. Terima kasih juga kepada PMII rayon penakluk al adawiyah, Komisariat PMII UIN Malang, UKM UNIOR, BEM F Psikologi, BEM U, Psikologi Malang Raya,

FORKOMAPSI, KOMANDO. Semuanya telah memberi saya ilmu dan pengalaman yang sangat bermanfaat yang tidak saya dapatkan di bangku perkuliahan, kenangan, suka dan duka bersama kalian tidak akan pernah terlupakan.

10. Semua sahabat-sahabat saya yang mungkin tidak bisa saya sebutkan satu persatu dan berbagai pihak yang telah membantu penyelesaian penulisan skripsi ini.

Semoga bantuan dan amal baik dari semua pihak mendapat ridho dan balasan dari ALLAH SWT. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya skripsi ini. Akhirnya, semoga tulisan sederhana ini dapat memberikan manfaat serta menjadi wacana baru bagi pembaca pada umumnya dan bagi pihak yang membutuhkan. Amin.

Malang, 5 Oktober 2011

Peneliti,

Mochammad Rizki Aziz

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
LEMBAR PERESEMBAHAN.....	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
1. <i>Konformitas</i>	12
A. Pengertian <i>Konformitas</i>	12
B. Faktor yang mempengaruhi <i>Konformitas</i>	15
C. Sebab timbulnya <i>Konformitas</i>	19
D. Aspek-aspek <i>Konformitas</i>	22
E. Ciri-ciri <i>Konformitas</i>	25
F. Bentuk-bentuk perilaku <i>Konformitas</i>	26
G. <i>Konformitas</i> dalam Islam.....	27
2. <i>Perilaku Konsumtif</i>	29
A. Pengertian <i>Perilaku Konsumtif</i>	29
B. Ciri-ciri <i>Perilaku Konsumtif</i>	31
C. Aspek-aspek <i>Perilaku Konsumtif</i>	32
D. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Perilaku Konsumtif</i>	34
E. <i>Perilaku Konsumtif</i> dalam Islam.....	38

3.	Hubungan <i>Konformitas</i> dengan <i>Perilaku Konsumtif</i> Remaja.....	40
4.	Hipotesis.....	43
BAB III	METODE PENELITIAN	44
A.	Jenis Penelitian.....	44
B.	Identifikasi Variabel.....	45
C.	Definisi Operasional.....	45
D.	Populasi dan Sampel	47
E.	Teknik Pengambilan Sampel.....	48
F.	Metode Pengumpulan Data	49
G.	Teknik Pengukuran Data.....	55
H.	Uji Validitas dan Reabilitas.....	58
I.	Teknik Analisa Data.....	60
BAB IV	HASIL PENELITIAN	63
1.	Deskripsi Lokasi Penelitian	63
A.	Sejarah Singkat SMKN 2 Malang.....	63
B.	Identitas Sekolah.....	63
C.	Jurusan/Program Studi.....	64
D.	Visi & Misi	64
2.	Hasil Analisis Data.....	65
A.	Uji Validitas	65
B.	Uji Reliabilitas.....	71
C.	Paparan Hasil Penelitian.....	72
D.	Uji Hipotesis.....	74
E.	Pembahasan.....	76
BAB V	PENUTUP	82
A.	Kesimpulan	82
B.	Saran-saran	83
	DAFTAR PUSTAKA	xvi
	LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	xix

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Jumlah Populasi penelitian siswa kelas XII SMKN 2 Malang	47
3.2 Data Kelas dan Jumlah Siswa	49
3.3 Blue Print Konformitas	52
3.4 Pedoman pemberian Skor <i>Konformitas</i>	52
3.5 Blue Print Perilaku Konsumtif	52
3.6 Pedoman pemberian Skor Perilaku Konsumtif	53
3.7 Kisi-kisi Skala Konformitas	56
3.8 Kisi-kisi Skala Perilaku Konsumtif.....	57
3.9 Klasifikasi Reabilitas	60
4.1 Nomor Aitem gugur Konformitas	67
4.2 Tabel Aitem Valid Konformitas	68
4.3 Tabel aitem gugur Perilaku Konsumtif	69
4.4 Tabel Valid Perilaku Konsumtif	70
4.5 Hasil Uji Reabilitas	71
4.6 Rumusan Kategori Konformitas	72
4.7 Rumusan Kategori Perilaku Konsumtif.....	73

DAFTAR LAMPIRAN

1. Angket Skala *Konformitas*
2. Angket Skala *Perilaku Konsumtif*
3. Skor Valid Jawaban *Konformitas*
4. Skor Valid Jawaban *Perilaku Konsumtif*
5. Hasil Uji Validitas Skala *Konformitas*
6. Hasil Uji Validitas Skala *Perilaku Konsumtif*
7. Hasil Korelasi Penelitian
8. Bukti Konsultasi
9. Surat Penelitian dari fakultas Psikologi UIN Maliki Malang
10. Surat Izin Penelitian dari DIKNAS Kota Malang
11. Surat Izin Penelitian dari SMKN 2 Malang

ABSTRAK

Aziz, Rizki. 2011. *Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMK Negeri 2 Malang.* Skripsi. Fakultas Psikologi. UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pembimbing: M. Bahrin Amiq, M.Si

Kata Kunci: Konformitas dan Perilaku Konsumtif

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara Konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang.

Konformitas merupakan perilaku remaja yang dilakukan untuk menyesuaikan atau meniru dengan kelompok sebayanya agar dapat diterima oleh kelompok tersebut dengan melakukan sesuatu hal yang positif ataupun negatif sesuai dengan kelompoknya. Aspek dari konformitas adalah kekompakan, ketaatan, kesepakatan.

Perilaku konsumtif adalah perilaku atau tindakan dari individu untuk mengkonsumsi barang secara berlebihan atau bahkan cenderung tidak diperlukan. Aspek perilaku konsumtif adalah keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku konsumtif yang bertujuan untuk mencapai kepuasan semata.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : 1) Bagaimana tingkat konformitas pada remaja di SMKN 2 Malang, 2) Bagaimana tingkat Perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang, 3) Adakah hubungan antar konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang. Tujuannya adalah : 1) Untuk mengetahui tingkat konformitas pada remaja di SMKN 2 Malang, 2) Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang, 3) Untuk membuktikan apakah ada hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang.

Penelitian ini dilakukan di Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) yang ada di kota Malang, yaitu SMKN 2 Malang. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian yang ditinjau dari sudut paradigma penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisa data dengan prosedur statistik. Variabel penelitian terdiri dari konformitas dan perilaku konsumti. Pengumpulan datanya : 1) skala, 2) observasi, 3) wawancara, 4) angket. Populasi penelitian ini adalah siswa SMKN 2 Malang. Sampel penelitian berjumlah 135 orang.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menunjukkan pada variabel konformitas terdapat 67,3% siswa berkategori sedang, 27,3% berkategori rendah dan 12,6% berkategori tinggi. Pada variabel perilaku konsumtif terdapat 54% siswa berkategori sedang, 45% berkategori rendah dan 0,74% berkategori tinggi.

Dari hasil analisis dapat dikatakan bahwa korelasi atau hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif adalah sebesar 0.316. Dapat diketahui bahwa $P = 0,316 < 0,05$. Maka tidak ada hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang.

Abstract

Aziz, Rizki. 2011. *Correlation between Conformists and Consumptive Behavior on Teenagers in SMK Negeri 2 of Malang. Thesis, Faculty of Psychology. Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang.*

Advisor: M. Bahrhun Amiq, M. Si

Keyword: Conformists and Consumptive Behavior

This research aims to know correlation between conformity and consumptive behavior on teenagers in SMKN 2 of Malang.

Conformity is the behavior of adolescents that made to adapt or replicate the peer group to be accepted by the group, to do something positive or negative according to the group. Aspects of conformity are the compactness, obedience, agreement.

Consumptive behavior is the behavior or action of individuals to consume goods tends to be excessive or even unnecessary. Aspects of consumptive behavior are the desire to consume excessively and consumptive behavior that aims to achieve the satisfaction alone.

The formulations of this research are 1) What level of conformity on teenagers in SMKN 2 of Malang 2) What level of consumptive behavior on teenagers in SMKN 2 of Malang, 3) How correlation between conformity and consumptive behavior on teenagers in SMKN 2 of Malang. The aims of this research are 1) to know level of conformity on teenagers in SMKN 2 of Malang 2) to know level of consumptive behavior on teenagers in SMKN 2 of Malang 3) to prove whether there is a correlation between conformity and consumptive behavior on teenagers in SMKN 2 of Malang.

This research was conducted at SMK in the city of Malang, namely SMKN 2 of Malang. The type of this research is quantitative research in terms of research paradigm that emphasizes the testing of theories through the measurement of research variables with numbers and analyzing data with statistical procedures. The research of variables consisted of conformity and consumptive behavior. Data taken by using: 1) scale, 2) observation, 3) interviews, 4) questionnaire. The populations of this research were students of SMKN 2 of Malang. The numbers of sample involved are 135 people.

Based on the research, following results are obtained: in conformity variables, i.e.: 67, 3% students with medium categories, 27, 3 % student with low categories and 12, 6% students with high categories. In consumptive behavior there are 54% students with medium categories, 45% students with low categories, and 0, 74% student with high categories.

From the analyst can be said that correlation between conformity and consumptive behavior amounted to 0, 316. It can be seen $p = 0,316 > 0,05$. So there is no any correlation between conformity and consumptive behavior on teenagers in SMKN 2 Malang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Secara psikologis, masa remaja adalah usia dimana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia dimana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak.¹

Di masa-masa remaja adalah saat mencoba hal-hal baru yang belum pernah dicoba sebelumnya, selain itu dapat mengenal lingkungan dan kelompok baru. Selain masa remaja adalah masa labil ketika seseorang ingin mendapat pengakuan dari orang lain ketika dia ingin dikenal oleh orang lain.

Seringkali, orang atau organisasi berusaha agar pihak lain menampilkan tindakan tertentu pada saat pihak lain tersebut tidak ingin melakukannya. Bila seseorang menampilkan perilaku tertentu karena setiap orang lain menampilkan perilaku tersebut, disebut juga Konformitas. Bila orang menampilkan perilaku tertentu karena ada tuntutan meskipun mereka lebih suka tidak menampilkannya.²

Dalam hal ini persoalan konformitas, dimana pada remaja untuk menjadi konform dengan kelompok sangatlah tinggi. Karena hal ini merupakan salah satu perkembangan remaja, yaitu menjalin hubungan baru dengan teman-teman sebaya. Hal inilah yang kemudian membuat remaja bergabung dengan kelompok

¹ Hurlock, E.B.1999. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih bahasa : Istiwidayanti. Jakarta : Erlangga, hal. 206.

² O' Sears, D dan Peplau, L.A.1991. *Psikologi Sosial*. Alih Bahasa: Michael, A. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga, hal. 76.

atau komunitas tertentu, dalam kelompok dan menjadi bagian dari dirinya. Ada banyak hal kenapa konformitas pada remaja begitu tinggi terhadap teman sebaya. Ingin diakui, ingin punya banyak teman, ingin disebut anak gaul, adalah hal yang paling utama pada diri remaja. Dalam kesibukannya mencari identitas diri sendiri, bercermin pada teman merupakan bagian dari proses itu. Bagaimana remaja menampilkan diri juga akhirnya akan bergantung dari bagaimana 'trend' yang ada dalam kelompok. Trend itu yang akan menjadi trademark mereka, sehingga mereka punya apa yang disebut identitas kelompok.

Dijelaskan juga konformitas adalah perubahan perilaku ataupun keyakinan agar sama dengan orang lain. Dalam hal ini remaja akan melakukan hal apapun untuk dapat diterima oleh kelompoknya maka mereka akan melakukan sesuatu yang dianggap sama dengan kelompoknya atau bahkan melakukan hal yang diinginkan kelompoknya walaupun itu tidak sesuai dengan diri sendiri. Konformitas dengan tekanan teman-teman sebaya pada masa remaja dapat bersifat positif maupun negatif, tetapi umumnya remaja terlibat dalam semua bentuk perilaku konformitas yang negatif, seperti : menggunakan bahasa yang jorok, mencuri, merusak.³

Pergaulan remaja sangat bermacam-macam bentuknya ada yang bersifat positif dan tidak banyak pula yang negatif. Hal ini banyak memberikan dampak yang signifikan dalam perkembangan remaja pada saat ini, apabila mereka mudah terbawa oleh hal-hal yang negatif maka akan merugikan bagi dirinya sendiri, tetapi apabila mereka memilih pergaulan yang bersifat positif maka akan menjadi

³ Santrock, John W. 1983. *Life—Span Development : Perkembangan Masa Hidup I, Edisi Kelima*. Jakarta : Penerbit Erlangga, hal. 44.

keuntungan bagi dia sendiri. Dalam hal ini berarti remaja sangat dipengaruhi oleh lingkungan karena tempat dimana mereka berinteraksi dengan kelompok adalah lingkungan itu sendiri.

Konformitas dapat terjadi dalam beberapa bentuk dan mempengaruhi kehidupan remaja. Yang memberikan pengaruh baik positif atau negatif, tergantung pada bagaimana kelompok remaja yang dijadikan sebagai model. Jika kelompok remaja yang dijadikan sebagai acuan memiliki sikap, pendapat dan perilaku yang positif maka remaja tersebut akan cenderung berperilaku yang positif pula. Begitupun sebaliknya, jika kelompok remaja yang memiliki sikap, dan perilaku negatif dijadikan sebagai acuan modeling maka perilaku remaja akan cenderung negatif.

Sering kali remaja melakukan hal apapun untuk diterima oleh lingkungan atau kelompoknya, untuk dapat diterima dan bergabung dalam kelompok sebayanya, seorang remaja harus bisa menjalankan peran dan tingkah laku sesuai dengan harapan dan tuntutan kelompok sebayanya.⁴

Dalam hal ini remaja ingin diterima dan dianggap oleh kelompok atau teman sebayanya dengan melakukan sesuatu yang dituntut oleh kelompoknya agar mereka bisa bergabung dalam kelompok tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian sarwono yang berjudul anak jakarta *a sketch of youth identity*, remaja di kota besar memiliki akses informasi yang lebih besar dari pada remaja yang ada di daerah. Salah satu ciri remaja adalah meniru semua hal tanpa mempertimbangkan akibatnya. Fenomena perilaku remaja di kota besar ini

⁴ Ginna, M. 2006. *Remaja merokok karena meniru*. <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2006/032006/hikmah/lain04.htm>

kemudian dikelompokkan oleh sarwono menjadi tiga kelompok besar, yaitu cara berpakaian, gaya hidup dan bahasa. Dalam berpakaian remaja di kota besar terutama yang ada di kota besar yang terutama berasal dari kelas sosial tinggi selalu mengutamakan merek dibanding dengan remaja kelas sosial yang memakai produk bermerek palsu. Dari segi gaya hidup, remaja kota besar menikmati waktu luang mereka dengan bersenang-senang atau berbuat sesuatu sesuka hati mereka.⁵

Hasil penelitian di atas menunjukkan bahwasanya perilaku pada remaja di kota besar khususnya pada remaja yang memiliki kelas sosial tinggi cenderung melakukan dan meniru semua hal tanpa memperhitungkan akibatnya. Dan mereka cenderung untuk meniru gaya hidup dan cara berpakaian yang menjadi mode.

Bagi produsen, kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbuju rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Di kalangan remaja 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. Alhasil, muncullah perilaku yang konsumtif.⁶

⁵ Kompas 14 januari 2005.

⁶ Tambunan. R (2001) *Remaja & Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com/Remaja/191101.htm>, hal. 2.

Remaja mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang “in”, remaja cenderung mengikuti mode yang sedang beredar, sedangkan mode itu sendiri terus menuntut rasa tidak puas pada konsumen yang memakainya, sehingga mendorong konsumen untuk terus mengkonsumsinya karena takut dibilang ketinggalan jaman.

Bagi kebanyakan remaja, menganut gaya hidup seperti ini merupakan cara yang paling tepat untuk dapat ikut masuk ke dalam kehidupan kelompok sosial yang diidamkan. Remaja merupakan obyek yang menarik untuk diminati oleh para ahli pemasaran. Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya.⁷

Tinjauan mengenai perilaku konsumtif itu sendiri perlu ditelusuri melalui pemahaman mengenai perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa. Sedangkan perilaku konsumtif biasanya melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan yang rasional, sebab pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan, tetapi sudah pada taraf keinginan yang berlebihan.⁸

⁷ Ibid, hal. 1.

⁸ Amirullah, *Perilaku Konsumen*, (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2002), hal. 2.

Fromm menyatakan bahwa keinginan masyarakat dalam era kehidupan yang modern yang mengkonsumsi sesuatu tampaknya telah kehilangan hubungan dengan kebutuhan yang sesungguhnya. Membeli saat ini seringkali dilakukan secara berlebihan sebagai usaha seseorang untuk memperoleh kesenangan dan kebahagiaan, meskipun sebenarnya kebahagiaan yang diperoleh hanya bersifat semu. Pendapat tersebut menyiratkan arti bahwa perilaku membeli yang berlebihan tidak lagi mencerminkan usaha manusia untuk memanfaatkan uang secara ekonomis namun perilaku membeli dijadikan sebagai suatu sarana untuk menghadirkan diri dalam cara yang kurang tepat.⁹

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa sangat banyak siswa di SMAN se-Kota Malang (90,61%) menyatakan bahwa mereka berperilaku konsumtif yang berlebihan yaitu membeli barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan. Banyak siswa di SMAN se-Kota Malang menyatakan bahwa faktor lingkungan (88,57%), faktor perbedaan individu (85,57%), pilihan penyalur (55,10%), waktu pembelian (66,94%), menentukan pilihan yang rasional (57,14%), efisiensi dalam berperilaku konsumtif (71,43%) mempengaruhi perilaku konsumtif mereka, sedangkan cukup banyak siswa di SMAN se-Kota Malang juga menyatakan bahwa pilihan produk (54,28%), pilihan merek (57,96%), jumlah pembelian (43,68%) kurang mempengaruhi perilaku konsumtif mereka. Banyak siswa di SMAN se-Kota Malang (79,60%) menyatakan melakukan tindakan-tindakan yang negatif seperti meminjam uang, mencuri, memalak,

⁹ Kholilah .2008. *“Perilaku Konsumtif Masyarakat, Pengunjung Pasar Kaget di Wisata Belanja Tugu Gajayana Malang”*, Skripsi (tidak diterbitkan). Fak. PsikologiUIN Maliki Malang, hal. 4.

menipu, berbohong, bahkan melakukan tindak kekerasan terhadap orang lain hanya untuk memenuhi hasrat membelanjanya.¹⁰

Pola konsumtif yang terjadi bisa disebabkan semakin banyaknya distro dan mal-mal yang ada di kota Malang dan akhirnya setiap individu di arahkan untuk melakukan perilaku konsumtif khususnya pada remaja kota Malang.

Keinginan yang kuat untuk melepaskan diri dari keterikatan dengan orang tua membuat remaja mencari dukungan sosial melalui teman sebaya. *Peer group* menjadi suatu sarana sekaligus tujuan dalam pencarian jati diri mereka. Tidak heran apabila banyak ditemukan kasus perilaku remaja yang disebabkan pengaruh buruk dari kelompok teman sebaya ini. Pada dasarnya tidaklah mudah bagi remaja untuk mengikatkan diri mereka pada suatu kelompok karena suatu kelompok memiliki tuntutan yang harus dapat dipenuhi oleh setiap remaja yang ingin bergabung. Konformitas adalah satu tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja-anggota kelompok tersebut.¹¹

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka peneliti melakukan wawancara pribadi yang dilakukan kepada siswi SMKN 2 Malang.

“Aku sering belanja bareng sama temenku, sering juga sih beli-beli gitu karena temanku juga beli, habis aku juga dipaksain tuk beli, yah mau ga mau beli juga, terkadang berpikir juga kenapa dibeli kalo emang ga butuh, ngeborosin duwit aja, yah tapi demi menjaga hubunganku ama temenku, aku

¹⁰ Sriatmini, Lilik. 2009. *Perilaku Konsumtif Remaja di SMAN Se-Kota Malang Serta Implikasi Bimbingan dan Konselingnya*. Universitas Negeri Malang. Skripsi. Tidak diterbitkan, hal 1

¹¹ Zebua, Albertina Saady, dan Rostiana D nurdjayadi. 2001. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja Putri*. Jurnal Phroneses. Vol 3, No 6

juga pengen diterima sebagai teman baik donk, bukannya apa-apa sih aku juga pernah di paksain ma temenku tuk beli”¹²

Wawancara kedua yang dilakukan kepada siswi SMKN 2 Malang.

“Aku biasanya beli barang sama teman-teman, kayak tas ini kak, kami beli billabong. Aku warna biru dan temanku membeli warna yang berbeda-beda pula”¹³

Dari wawancara yang dilakukan dengan kordinator guru BK SMKN 2 Kota Malang yaitu bapak Yahya Hasyim yang mengatakan bahwa

“sangat banyak masalah yang terkait dengan konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja yang ada di SMKN 2 kota malang ini, para siswa disini biasanya mengikuti mode yang dipakai oleh temannya dan bahkan mereka juga tidak pengen kalah berpenampilan dengan teman lainnya”¹⁴

Berangkat dari fenomena di atas maka dapat kita ketahui bahwa hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif di kalangan remaja, terutama pada kalangan remaja di SMKN 2 Malang yang banyak terjadi. Sebagian besar siswa disana membentuk kelompok-kelompok kecil, dan terlihat sangat kompak. Siswa menganggap teman-teman dalam kelompok tersebut sudah seperti saudara sendiri, suka dan duka mereka alami bersama, sampai-sampai anggota kelompok tersebut menyesuaikan semua hal yang dilakukan oleh kelompoknya, misalnya membeli pakaian, sepatu, dan asesoris yang sama dengan teman-teman kelompoknya ataupun memiliki barang yang berbeda dengan kelompoknya sehingga ingin dianggap oleh kelompoknya. Selain sama dalam hal berpenampilan, mereka juga sering mengikuti hal-hal yang dilakukan oleh kelompoknya dalam berbelanja dan pergaulan khususnya.

¹² wawancara terhadap siswi SMKN 2 Malang (23 Agustus 2011)

¹³ wawancara terhadap siswi SMKN 2 Malang (25 Agustus 2011)

¹⁴ wawancara terhadap siswi SMKN 2 Malang (22 Agustus 2011)

SMK Negeri 2 Malang adalah suatu sekolah kejuruan yang bergerak pada bidang pekerja sosial, usaha jasa pariwisata, layanan kesehatan, restoran, dan akomodasi perhotelan. Siswa SMK Negeri 2 Malang merupakan remaja yang memasuki tahap remaja pertengahan. Pada umumnya siswa SMK Negeri 2 Malang mempunyai latar belakang sosial dan ekonomi kelas menengah ke bawah dimana mereka memiliki kelompok-kelompok atau teman ketika mereka berada di sekolah, hal ini yang menimbulkan adanya konformitas terhadap teman sebaya, dimana mereka akan melakukan sesuatu apapun untuk dapat diterima oleh kelompoknya dan perilaku tersebut adalah perilaku konsumtif yang muncul akibat adanya perilaku konformitas yang tinggi terhadap kelompok. Dimana di dalam kelompok tersebut menekankan tingkah laku remaja yang tidak ingin ketinggalan zaman dan ingin selalu dianggap mengikuti mode. Sasaran kegiatan penelitian adalah siswa kelas XII (dua belas), karena dianggap kelas XII sudah mempunyai banyak pengalaman dalam pergaulan dan juga memiliki banyak teman di sekolahnya karena mereka sudah hampir 3 tahun menempuh pendidikan di SMKN 2. Selain itu kelas XII juga dianggap subjek yang tepat karena memungkinkan pada usia mereka adalah masa-masa dimana mereka ingin mendapatkan hal-hal baru yang belum mereka dapatkan dan mereka juga lebih menjaga penampilannya dimana mereka selalu mengikuti mode yang sedang in hari ini agar tidak merasa ketinggalan dengan temannya. Untuk subjek yang dipakai dalam penelitian ini adalah kelas XII. Karena kelas XI (sebelas) saat ini masih banyak yang sedang Praktik Kerja Lapangan (PKL) dan untuk yang kelas X (sepuluh) di rasa masih

baru masuk jenjang SMK dan belum terlalu mengenal pergaulan antara teman sebayanya yang ada di SMK 2 kota Malang.

Oleh sebab itulah penulis ingin mengangkat judul penelitian tentang “Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Kota Malang”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimanakah tingkat konformitas pada remaja di SMKN 2 Malang?
2. Bagaimanakah tingkat perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang?
3. Adakah hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian adalah :

1. Untuk mengetahui tingkat konformitas pada remaja di SMKN 2 Malang.
2. Untuk mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang.
3. Untuk membuktikan apakah ada hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang.

D. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan masukan teoritis khususnya pada bidang psikologi sebagai sarana untuk menambah pengetahuan bagi remaja tentang Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang.

2. Secara Praktis

Diharapkan dari hasil penelitian ini nantinya, dapat memberikan masukan kepada para siswa mengenai hal-hal yang berkaitan dengan gambaran dan informasi mengenai Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

1. KONFORMITAS

A. Pengertian Konformitas

Menurut David O'Sears bahwa bila seseorang menampilkan perilaku tertentu karena disebabkan oleh karena orang lain menampilkan perilaku tersebut, disebut konformitas.¹⁵

Menurut Baron dan Byrne konformitas remaja adalah penyesuaian perilaku remaja untuk menganut pada norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan yang menunjukkan bagaimana remaja berperilaku.¹⁶

Jalaludin mengatakan konformitas, bahwa bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.¹⁷

Remaja yang berasal dari istilah *adolesence* dari kata latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescentia*) yang berarti tumbuh menjadi dewasa. Istilah ini seperti yang digunakan saat ini, mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik. Awal masa remaja berlangsung kira-kira dari 13 tahun sampai 16 tahun atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai dengan 18 tahun, yaitu usia matang

¹⁵ O' Sears, David dan Peplau, L.A.1985. *Psikologi Sosial*. Alih Bahasa: Michael, A. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga.hal 76

¹⁶ Robert A. Baron & Donn Byrne. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 1 Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga. Hal 206

¹⁷ Jalaludin Rahmat. 2004. *Psikologi Komunikasi* . Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 148

secara hukum. Jadi mengenai batasan usia remaja Hurlock menyatakan usia remaja antara 13 – 18 tahun.¹⁸

Salah satu tugas perkembangan masa remaja yang tersulit adalah berhubungan dengan penyesuaian sosial. Remaja harus menyesuaikan diri dengan lawan jenis dalam hubungan yang sebelumnya belum pernah ada dan harus menyesuaikan diri dengan lingkungan keluarga dan sekolah. Lebih lanjut Hurlock menambahkan untuk mencapai tujuan dari pola sosialisasi dewasa, remaja harus membuat banyak penyesuaian baru. Yang terpenting dan tersulit adalah penyesuaian diri dengan meningkatnya pengaruh kelompok sebaya, perubahan dalam perilaku sosial, pengelompokan sosial yang baru, nilai-nilai baru dalam seleksi persahabatan.¹⁹

Menurut Hurlock, karena remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapatlah dimengerti bahwa pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku terkadang lebih besar daripada pengaruh keluarga. Misalnya, sebagian besar remaja mengetahui bahwa mereka memakai model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompok yang populer, maka kesempatan baginya untuk diterima oleh kelompok menjadi lebih besar.²⁰

Dari kesimpulan di atas konformitas terhadap kelompok teman sebaya ternyata merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada masa remaja. Agar remaja dapat diterima dalam kelompoknya maka penampilan yang dimanfaatkan

¹⁸ Hurlock, E.B.1999. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih bahasa : Istiwidayanti. Jakarta : Erlangga.hal 206

¹⁹ Ibid hal 213

²⁰ Ibid hal 213

untuk memperoleh hasil yang menyenangkan yaitu merasa terlihat menarik atau merasa mudah berteman.

Zebua dan Nurdjayadi mengemukakan bahwa konformitas pada remaja umumnya terjadi karena mereka tidak ingin dipandang berbeda dengan teman-temannya. Pada remaja, tekanan teman sebaya lebih dominan. Hal ini disebabkan oleh besarnya keinginan untuk menjaga harmonisasi dan penerimaan sosial dalam kelompok. Berk dalam Zebua dan Nurdjayadi menambahkan bahwa konformitas terhadap kelompok teman sebaya ternyata merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada fase remaja.²¹

Konformitas muncul pada masa remaja awal yaitu antara 13 tahun sampai 16 atau 17 tahun, yang ditunjukkan dengan cara menyamakan diri dengan teman sebaya dalam hal berpakaian, bergaya, berperilaku, berkegiatan dan sebagainya. Sebagian remaja beranggapan bila mereka berpakaian atau menggunakan aksesoris yang sama dengan yang sedang diminati kelompok acuan, maka timbul rasa percaya diri dan kesempatan diterima kelompok lebih besar. Oleh karena itu remaja cenderung menghindari penolakan dari teman sebaya dengan bersikap konform atau sama dengan teman sebaya.²²

Baron dan Byrne berpendapat bahwa seseorang melakukan konformitas terhadap kelompok hanya karena perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat.²³

Dari uraian pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas

²¹ Zebua, Albertina Saady, dan Rostiana D nurdjayadi. 2001. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja Putri*. Jurnal Phroneses. Vol 3, No 6. Hal 75

²² Ibid hal 76

²³ Ibid, Robert A. Baron & Donn Byrne. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 1 Edisi Kesepuluh*. Hal 208

merupakan perubahan perilaku remaja sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok tersebut.

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas:

Menurut David O'Sears menyebutkan ada empat faktor yang mempengaruhi konformitas, antara lain²⁴:

a. Kekompakan kelompok.

Konformitas juga dipengaruhi oleh eratnya hubungan antara individu dengan kelompoknya. Yang dimaksud dengan kekompakan kelompok adalah jumlah total kekuatan yang menyebabkan orang tertarik pada suatu kelompok dan yang membuat mereka ingin tetap menjadi anggotanya. Kekompakan yang tinggi menimbulkan konformitas yang semakin tinggi. Alasan utamanya adalah bahwa bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok yang lain akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui kita, dan semakin menyakitkan bila mereka mencela kita. Artinya kemungkinan untuk menyesuaikan diri atau tidak menyesuaikan diri akan semakin besar bila kita mempunyai keinginan yang kuat untuk menjadi anggota kelompok tersebut. Bila melakukan sesuatu yang

²⁴ O' Sears, David dan Peplau, L.A.1985. *Psikologi Sosial*. Alih Bahasa: Michael, A. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga. Hal 85-90

berharga konformitas yang dihasilkan kelompok akan meningkat. Peningkatan konformitas ini terjadi karena anggotanya enggan disebut orang yang menyimpang, penyimpangan menimbulkan resiko ditolak oleh kelompoknya. Semakin tinggi perhatian seseorang terhadap kelompoknya, semakin serius tingkat rasa takutnya terhadap penolakan dan semakin kecil kemungkinan untuk tidak menyetujui kelompoknya.

b. Kesepakatan kelompok.

Faktor yang sangat penting bagi timbulnya konformitas adalah kesepakatan pendapat kelompok. Orang yang dihadapkan pada keputusan kelompok yang sudah bulat akan mendapat tekanan yang kuat untuk menyesuaikan pendapatnya. Namun, bila kelompok tidak bersatu, akan tampak adanya penurunan tingkat konformitas. Moris dan Miller menunjukkan bahwa saat terjadinya perbedaan pendapat bisa menimbulkan perbedaan. Bila orang menyatakan pendapat yang berbeda setelah mayoritas menyatakan pendapatnya, konformitas akan menurun. Penurunan konformitas yang drastis karena hancurnya kesepakatan disebabkan oleh beberapa faktor. Pertama, tingkat kepercayaan terhadap mayoritas akan menurun bila terjadi perbedaan pendapat, meskipun orang yang berbeda pendapat itu sebenarnya kurang ahli bila dibandingkan anggota lain yang membentuk mayoritas. Kedua, bila anggota kelompok yang lain mempunyai pendapat yang sama, keyakinan individu terhadap pendapatnya sendiri akan semakin kuat. Keyakinan yang kuat akan

menurunkan konformitas. Ketiga, menyangkut keengganan untuk menjadi orang yang menyimpang.

c. Ukuran kelompok.

Serangkaian eksperimen menunjukkan bahwa konformitas akan meningkat bila ukuran mayoritas yang sependapat juga meningkat, setidaknya sampai tingkat tertentu. Asch (1951) dalam eksperimennya menemukan bahwa dua orang menghasilkan tekanan yang lebih kuat daripada satu orang, tiga orang memberikan tekanan yang lebih besar daripada dua orang, dan empat orang kurang lebih sama dengan tiga orang. Asch menemukan bahwa penambahan jumlah anggota mayoritas sehingga lebih dari empat orang tidak meningkatkan mayoritas, setidaknya sampai enam belas orang. Dia menyimpulkan bahwa untuk menghasilkan tingkat konformitas yang paling tinggi, ukuran kelompok yang optimal adalah tiga atau empat orang.

d. Keterikatan pada penilaian bebas.

Keterikatan sebagai kekuatan total yang membuat seseorang mengalami kesulitan untuk melepaskan suatu pendapat. Orang yang secara terbuka dan sungguh-sungguh terikat suatu penilaian bebas akan lebih enggan menyesuaikan diri terhadap perilaku kelompok yang berlawanan. Mungkin kita harus menanggung resiko mendapat celaan sosial karena menyimpang dari pendapat kelompok, tetapi keadaannya akan lebih buruk bila orang mengetahui bahwa kita telah mengorbankan penilaian pribadi sendiri hanya untuk menyesuaikan diri terhadap kelompok.

Sedangkan Baron & Byrne mengungkapkan ada 3 faktor yang mempengaruhi konformitas, antara lain²⁵:

- a. Kohesivitas (*cohesiveness*), yang dapat didefinisikan sebagai derajat ketertarikan yang dirasa oleh individu terhadap suatu kelompok. Ketika kohesivitas tinggi, ketika kita suka dan mengagumi suatu kelompok orang-orang tertentu, tekanan untuk melakukan konformitas bertambah besar. Hasil penelitian Crandall dan Latane 7 L'Herrou mengindikasikan bahwa kohesivitas memunculkan efek yang kuat terhadap konformitas, sehingga hal ini jelas-jelas merupakan suatu penentu yang penting mengenai sejauh mana kita akan menuruti bentuk tekanan sosial.
- b. Ukuran kelompok. Asch dan peneliti pendahulu lainnya menemukan bahwa konformitas meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah anggota kelompok, namun hanya hingga sekitar tiga orang anggota tambahan; lebih dari itu tampaknya tidak akan berpengaruh atau bahkan menurun. Studi-studi terkini malah menemukan bahwa konformitas cenderung meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran kelompok hingga delapan orang anggota tambahan atau lebih. Jadi tampak bahwa semakin besar kelompok tersebut, maka semakin besar pula kecenderungan kita untuk ikut serta, bahkan meskipun itu berarti kita akan menerapkan tingkah laku yang berbeda dari yang sebenarnya kita inginkan.

²⁵ Robert A. Baron & Donn Byrne. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 1 Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga, Hal 56-57

- c. Norma sosial deskriptif dan norma sosial *injungtif*. Norma deskriptif/himbauan (*descriptive norms*) adalah norma yang hanya mendeskripsikan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu. Norma-norma ini mempengaruhi tingkah laku dengan cara memberi tahu kita mengenai apa yang umumnya dianggap efektif atau adaptif pada situasi tersebut. Sebaliknya, norma injungtif menetapkan apa yang harus dilakukan, tingkah laku apa yang diterima atau tidak diterima pada situasi tertentu. Kedua norma tersebut dapat memberikan pengaruh yang kuat pada tingkah laku.

C. Sebab-sebab timbulnya konformitas

Menurut Sears pada dasarnya, orang melakukan perilaku conform terhadap kelompoknya karena dua alasan, yaitu²⁶:

- a. Perilaku orang lain (kelompok) memberikan informasi yang bermanfaat.

Orang lain merupakan sumber informasi yang penting. Seringkali mereka mengetahui sesuatu yang tidak kita ketahui; dengan melakukan apa yang mereka lakukan kita akan memperoleh manfaat dari pengetahuan mereka. Tingkat konformitas yang didasarkan pada informasi ditentukan oleh dua aspek situasi, antara lain:

1. Kepercayaan terhadap kelompok.

²⁶ O' Sears, David dan Peplau, L.A. 1985. *Psikologi Sosial*. Alih Bahasa: Michael, A. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga. Hal 80

Semakin besar kepercayaan individu terhadap kelompok sebagai sumber informasi yang benar, semakin besar pula kemungkinan untuk menyesuaikan diri terhadap kelompok.

2. Kepercayaan yang lemah terhadap penilaian sendiri.

Sesuatu yang meningkatkan kepercayaan individu terhadap penilaiannya sendiri akan menurunkan konformitas, begitu juga sebaliknya. Karena salah satu faktor yang sangat mempengaruhi rasa percaya diri dan tingkat konformitas adalah tingkat keyakinan orang tersebut pada kemampuan sendiri untuk menampilkan suatu reaksi.

b. Rasa takut terhadap celaan sosial

Alasan utama konformitas yang kedua adalah demi memperoleh persetujuan, atau menghindari celaan kelompok. Tingkat konformitas yang didasarkan pada rasa takut terhadap celaan sosial ditentukan oleh rasa takut terhadap penyimpangan. Rasa takut dipandang sebagai orang yang menyimpang merupakan faktor dasar hampir pada semua situasi sosial. Kita ingin agar kelompok tempat kita berada menyukai kita, memperlakukan kita dengan baik, dan bersedia menerima kita. Rasa takut dipandang sebagai orang yang menyimpang ini diperkuat oleh tanggapan kelompok terhadap perilaku menyimpang. Orang yang tidak mau mengikuti apa yang berlaku dalam kelompok akan menanggung resiko mengalami akibat yang tidak menyenangkan.

Sedangkan menurut Baron dan Byrne menyatakan bahwa untuk dapat mengerti mengapa seseorang bisa konform terhadap kelompok, perlu diamati dua bentuk pengaruh sosial yaitu²⁷:

a. Pengaruh sosial normatif.

Konformitas karena pengaruh sosial normatif, berarti bagaimana kita dapat membuat oranglain menyukai kita. Sumber konformitas yang dikenal sebagai pengaruh sosial normatif (*normative social influence*), karena pengaruh sosial ini meliputi perubahan tingkah laku kita untuk memenuhi harapan orang lain. Jika kecenderungan kita untuk melakukan konformitas terhadap norma sosial berakar, paling tidak sebagian, pada keinginan kita untuk disukai dan diterima oleh orang lain, maka masuk akal jika apapun yang dapat meningkatkan rasa takut kita akan penolakan oleh orang-orang ini juga akan meningkatkan konformitas kita. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Janes dan Olson menunjukkan kecenderungan yang lebih besar untuk melakukan konformitas. Temuan-temuan ini memberikan dukungan tambahan bagi pandangan bahwa salah satu alasan mengapa kita melakukan konformitas adalah agar disukai oleh orang lain atau paling tidak untuk menghindari penolakan mereka.

b. Pengaruh sosial informasional

Kita menggunakan opini dan tindakan mereka sebagai panduan opini dan tindakan kita. Ketergantungan terhadap orang lain semacam ini, pada gilirannya, sering kali menjadi sumber yang kuat atas kecenderungan

²⁷ Robert A. Baron & Donn Byrne. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 1 Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga. Hal 62

untuk melakukan konformitas. Tindakan dan opini orang lain menegaskan kenyataan sosial bagi kita, dan kita menggunakan semuanya itu sebagai pedoman bagi tindakan dan opini kita sendiri. Dasar dari konformitas ini dikenal sebagai pengaruh sosial informasional (*informational social influence*). Hal tersebut didasarkan pada kecenderungan kita untuk bergantung pada orang lain sebagai sumber informasi tentang aspek dunia sosial.

D. Aspek-aspek Konformitas

Konformitas sebuah kelompok acuan dapat mudah terlihat dengan adanya ciri-ciri yang khas. David O'Sears mengemukakan secara eksplisit bahwa konformitas remaja ditandai dengan adanya tiga hal sebagai berikut²⁸ :

1. Kekompakan

Kekuatan yang dimiliki kelompok acuan menyebabkan remaja tertarik dan ingin tetap menjadi anggota kelompok. Eratnya hubungan remaja dengan kelompok acuan disebabkan perasaan suka antara anggota kelompok serta harapan memperoleh manfaat dari keanggotaannya. Semakin besar rasa suka anggota yang satu terhadap anggota yang lain, dan semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan kelompok serta semakin besar kesetiaan mereka, maka akan semakin kompak kelompok tersebut.

a. Penyesuaian Diri

Kekompakan yang tinggi menimbulkan tingkat konformitas yang semakin

²⁸ O' Sears, David dan Peplau, L.A.1985. *Psikologi Sosial*. Alih Bahasa: Michael, A. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga. Hal 81-86

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

b. Perhatian terhadap Kelompok

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

2. Kesepakatan

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

a. Kepercayaan

Penurunan melakukan konformitas yang drastis karena hancurnya kesepakatan disebabkan oleh faktor kepercayaan. Tingkat kepercayaan terhadap mayoritas akan menurun bila terjadi perbedaan pendapat, meskipun orang yang berbeda pendapat itu sebenarnya kurang ahli bila dibandingkan anggota lain yang

membentuk mayoritas. Bila seseorang sudah tidak mempunyai kepercayaan terhadap pendapat kelompok, maka hal ini dapat mengurangi ketergantungan individu terhadap kelompok sebagai sebuah kesepakatan.

b. Persamaan Pendapat

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

c. Penyimpangan terhadap pendapat kelompok

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

3. Ketaatan

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

a. Tekanan karena Ganjaran, Ancaman, atau Hukuman

Salah satu cara untuk menimbulkan ketaatan adalah dengan meningkatkan

tekanan terhadap individu untuk menampilkan perilaku yang diinginkan melalui ganjaran, ancaman, atau hukuman karena akan menimbulkan ketaatan yang semakin besar. Semua itu merupakan insentif pokok untuk mengubah perilaku seseorang.

b. Harapan Orang Lain

Seseorang akan rela memenuhi permintaan orang lain hanya karena orang lain tersebut mengharapkannya. Dan ini akan mudah dilihat bila permintaan diajukan secara langsung. Gejala ini sangat mudah dilihat bila permintaan diajukan secara langsung. Misalnya, bila kita menyatakan kepada teman kita bahwa mereka harus menyumbang sejumlah uang, dan memberikan peringatan kepada teman kita apabila dia tidak menyumbangkan sejumlah uang maka kita akan memberikan uang yang lebih banyak. Harapan-harapan orang lain dapat menimbulkan ketaatan, bahkan meskipun harapan itu bersifat implisit. Salah satu cara untuk memaksimalkan ketaatan adalah dengan menempatkan individu dalam situasi yang terkendali, dimana segala sesuatunya diatur sedemikian rupa sehingga ketidaktaatan merupakan hal yang hampir tidak mungkin timbul.

E. Ciri-ciri Konformitas

Sarwono mengatakan bahwa ada enam ciri yang menandai konformitas, yaitu²⁹:

- a. Besarnya kelompok, kelompok yang kecil lebih memungkinkan melakukan konformitas daripada kelompok yang besar.

²⁹ Sarwono, S.W.1989. *Psikologi Remaja*. Jakarta:Erlangga. Hal 182-185

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

F. Bentuk-bentuk perilaku konformitas

Menurut Myers di dalam konformitas terdapat 2 bentuk perilaku konformitas³⁰:

- a. *Compliance* (Menurut)

Adalah tindakan konformitas dimana seseorang menerima pengaruh sosial yang dibentuk akibat tekanan sosial meskipun secara pribadi sebenarnya tidak menyetujui.

- b. *Acceptance* (Penerimaan)

³⁰ Myers, David G. 2005. *Social psychology*: 8th edition. New York: Mc Graw Hill Feldmen, Robert. (1995). *Social Psychology*. New Jersey : Prentice Hall. Hal 188

Adalah tindakan konform yang dilakukan dengan senang hati karena percaya terhadap tekanan atau norma sosial dalam kelompok atau masyarakat

G. Konformitas dalam Islam

Al-Qur'an menyebutkan bahwa sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, sehingga mereka bisa berubah nasibnya sendiri, jika seseorang ingin merubah hidupnya ingin menjadi orang yang berhasil dan sukses maka usaha yang dilakukan yaitu belajar dan bekerja secara sungguh-sungguh. Berusaha dengan kemampuan yang mereka miliki tanpa pengaruh dari orang lain. Karena, sebenarnya semua manusia diberi kemampuan yang seimbang, tapi semua itu tergantung bagaimana individu berusaha untuk menjadi lebih baik. Dalam Surat Ar-ro'du ayat 11 juga dijelaskan

لَهُمْ مُعَقَّبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ

يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya : *Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.*

Ayat tersebut menjelaskan bahwa seseorang mempunyai kemampuan yang dimiliki tanpa harus ikut dengan perilaku atau perkataan orang lain, karena setiap manusia diberi kemampuan untuk berkembang, bangkit dari masalah yang

menimpa dan menjadi orang yang lebih baik. Apabila seseorang terus mengikuti perilaku orang lain, maka mereka tidak bisa mandiri dan akan tetap tergantung dengan orang. Islam juga mengatakan bahwa lebih baik menjadi diri sendiri dari pada harus menggantung orang lain, dan Allah sendiri tidak akan merubah nasib kaumnya sebelum dia berusaha.

Pada saat kita berhubungan dengan orang lain, kita harus saling menghormati, membantu dan menolong antar sesama, karena hal itu merupakan sebagian dari ajaran islam. Selain dari ajaran islam. Selain itu kita juga harus bisa membuat orang lain merasa nyaman, ketika sedang berkumpul, karena hal tersebut sangat mempengaruhi hubungan kita dengan orang disekitar kita dengan teman yang lainnya juga semakin baik. Allah telah memerintahkan orang-orang mukmin untuk saling tolong menolong dalam kebaikan dan membantu beban saudara. Seperti halnya firman Allah berbunyi :

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَحُلُوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا ءَامِينَ
 الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا تَجْرِمْنَكُمْ شَنَاةُ
 قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا
 عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٥١﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-ya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan (pula) mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari kurnia dan keredhaan dari Tuhannya dan apabila kamu Telah

menyelesaikan ibadah haji, Maka bolehlah berburu. dan janganlah sekali-kali kebencian(mu) kepada sesuatu kaum Karena mereka menghalang-halangi kamu dari Masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya (kepada mereka). dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya. (QS. Al-Maidah : 2).

2. PERILAKU KONSUMTIF

A. Pengertian Perilaku Konsumtif

Kata "konsumtif" (sebagai kata sifat; lihat akhiran -if) sering diartikan sama dengan kata "*konsumerisme*". Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Memang belum ada definisi yang memuaskan tentang kata konsumtif ini. Namun konsumtif biasanya digunakan untuk menunjuk pada perilaku konsumen yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produksinya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.³¹

James F. Engel (dalam Mangkunegara) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif 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 tersebut³².

³¹ Tambunan. R (2001) *Remaja & Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com/Remaja/191101.htm>. Hal 1

³² Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. Refika Aditama. Hal 3

David L. Loudon dan Albert J. Della Bitta dalam mangkunegara. Perilaku konsumen sebagai proses pengambilan keputusan dan aktivitas individu secara fisik yang dilibatkan dalam proses mengevaluasi, memperoleh, menggunakan atau dapat mempergunakan barang-barang dan jasa³³.

Perilaku konsumtif dicerminkan dalam perilaku konsumen. Menurut Engel dkk. Perilaku konsumtif adalah aksi yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pemakaian, dan pengaturan produk dan jasa, termasuk proses pemutusan yang mendahului dan mengikuti aksi ini³⁴.

Menurut Mowen & Minor. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide³⁵.

Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui seseorang dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak paska konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Dari pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tingkah laku seseorang untuk memenuhi kebutuhan karena adanya keinginan yang harus dipenuhi guna dipuaskan dengan cara membeli barang dan jasa. Sedangkan perilaku konsumtif sendiri didefinisikan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, di mana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan³⁶.

³³ Ibid Hal 3

³⁴ Engel, F. 1994. *Perilaku Konsumen*. Terjemah F-X Budiayanto. Edisi keenam, Jilid 1. Jakarta: Binapura Aksara. Hal

³⁵ Mowen, John C. & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi kelima. Jakarta:Penerbit Erlangga. Hal 6

³⁶ Ibid hal 7

B. Ciri-ciri perilaku konsumtif

Menurut Sumartono ada delapan ciri perilaku konsumtif, yaitu³⁷ :

- a. Membeli karena penawaran hadiah yang menarik. Pembelian barang tidak lagi melihat manfaatnya akan tetapi tujuannya hanya untuk mendapatkan hadiah yang ditawarkan.
- b. Membeli karena kemasannya yang menarik. Individu tertarik untuk membeli suatu barang karena kemasannya yang berbeda dari yang lainnya. Kemasan suatu barang yang menarik dan unik akan membuat seseorang membeli barang tersebut.
- c. Membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi. Gengsi membuat individu lebih memilih membeli barang yang dianggap dapat menjaga penampilan diri, dibandingkan membeli barang lain yang lebih dibutuhkan.
- d. Membeli barang karena program potongan harga. Pembelian barang bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya, akan tetapi barang dibeli karena harga yang ditawarkan menarik.
- e. Kecenderungan membeli barang yang dianggap dapat menjaga status sosial. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya.
- f. Memakai sebuah barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang. Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi

³⁷ Fransisca dan Tommy Y.S Suyasa, *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*, Jurnal Phronesis, 2005, hal 177-178

seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.

- g. Penilaian bahwa membeli barang dengan harga yang mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Individu membeli barang atau produk bukan berdasarkan kebutuhan tetapi karena memiliki harga yang mahal untuk menambah kepercayaan dirinya.
- h. Individu membeli lebih dari dua barang sejenis dengan merk yang berbeda. Membeli barang sejenis dengan merk berbeda akan menimbulkan pemborosan karena individu hanya cukup memiliki satu barang saja.

C. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Konsumtif menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Berdasarkan definisi di atas, maka dalam perilaku konsumtif menurut Tambunan berpendapat ada dua aspek mendasar, yaitu³⁸ :

1. Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan.

Hal ini akan menimbulkan pemborosan dan bahkan inefisiensi biaya, apalagi bagi remaja yang belum mempunyai penghasilan sendiri.

a. Pemborosan

Perilaku konsumtif yang memanfaatkan nilai uang lebih besar dari nilai produknya untuk barang dan jasa yang bukan menjadi kebutuhan pokok.

³⁸ Tambunan. R (2001) *Remaja & Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com/Remaja/191101.htm>. Hal 5-6

Perilaku ini hanya berdasarkan pada keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal.

b. 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.

2. 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.

a. Mengikuti Mode

Di kalangan remaja 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.

b. 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.

D. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Tinjauan mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dapat ditelusuri melalui pemahaman mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Adapun beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kecenderungan perilaku konsumtif yaitu :

a. Faktor-faktor Kebudayaan.

Menurut Schiffman dan Kanuk (2000 : 200) dalam amirullah mendefinisikan budaya sebagai berikut; “*culture as the sum total of learned beliefs, values, and customs that serve to direct the consumer behavior of members of particultural society*”. (budaya adalah sejumlah nilai, kepercayaan dan kebiasaan yang digunakan untuk menunjukkan perilaku konsumen langsung dari kelompok masyarakat tertentu). Budaya dalam pengertian ini menunjukkan adanya sekelompok masyarakat yang memiliki karakteristik tertentu yang membatasi mereka untuk bertindak. Setiap budaya terdiri dari

sub budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi sosialisasi anggotanya yang lebih kecil. Sub budaya mencakup kebangsaan, agama, kelompok ras, dan daerah geografis³⁹.

b. Faktor-faktor Sosial.

Selain faktor budaya, menurut Kotler faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku konsumen⁴⁰ :

1. Kelompok referensi (*reference group*) yaitu semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (*membership group*). Beberapa dari kelompok ini merupakan kelompok primer (*primary group*), dengan siapa orang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja. Masyarakat juga menjadi kelompok sekunder (*secondary group*), seperti agama, profesional, dan kelompok persatuan perdagangan yang cenderung lebih resmi dan memerlukan interaksi yang kurang berkelanjutan. Kelompok referensi mempengaruhi anggotanya setidaknya dengan tiga cara. Mereka memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mereka mempengaruhi sikap dan konsep diri,

³⁹ Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta ; Graha Ilmu. Hal 46-47

⁴⁰ Kotler, Philip. & Keller, Kevin Lane, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Hal 170-172

dan mereka mencitakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek.

2. Keluarga adalah organisasi pembelian konsumen yang paling penting dalam msyarakat, dan anggota keluarga mempresentasikan kelompok referensi utama yang paling berpengaruh.⁴¹
3. Peran dan status. Orang berpartisipasi dalam banyak kelompok. Kelompok sering menjadi sumber informasi penting dan membantu mendefinisikan norma perilaku. Kita dapat mendefinisikan posisi seseorang dalam tiap kelompok dimana ia menjadi anggota berdasarkan peran dan status. Peran (*role*) terdiri dari kegiatan yang diharapkan dapat dilakukan seseorang. Setiap peran menyandang status. Orang memilih produk yang mencerminkan dan mengkomunikasikan peran mereka serta status aktual atau status yang diinginkan dalam masyarakat.

c. Faktor Pribadi.

1. Usia dan tahap daur hidup. Orang membeli suatu barang dan jasa berubah-ubah selama hidupnya, selera orangpun berubah berhubungan dengan usianya.
2. Gaya hidup melukiskan "Keseluruhan Pribadi" yang berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup juga menunjukkan rupa keseluruhan pola perilaku seseorang dalam kehidupan sehari-hari.⁴²

⁴¹ Ibid. Kotler, Philip. & Keller, Kevin Lane, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Hal 172

⁴² Ibid Hal 175

3. Kepribadian dan konsep diri. Setiap orang mempunyai kepribadian dan konsep diri yang berbeda yang akan mempengaruhi perilaku membeli. Kepribadian adalah ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang, yang menyebabkan terjadinya jawaban yang secara relatif dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Sedangkan konsep diri merupakan pandangan seseorang tentang dirinya sendiri atau bagaimana seseorang ingin memposisikan dirinya sendirinya. Konsumen memandang dirinya sebagai manusia yang berkepribadian tinggi tentu menginginkan produk yang sesuai dengan kepribadian itu sendiri.⁴³

d. Faktor Psikologis.

1. Motivasi. Dapat digambarkan sebagai suatu kekuatan yang mana individu didorong untuk melakukan suatu tindakan. Dorongan kekuatan itu dihasilkan melalui proses rangsangan yang kuat dari kebutuhan yang tak terpenuhi. Individu dalam hal ini akan berusaha untuk memenuhi kebutuhan itu melalui pembentukan perilaku yaitu dengan bekerja keras memenuhi kebutuhan yang tidak terpenuhi tadi. Dengan demikian dapat dikatakan disini bahwa motivasi berperan sebagai pendorong jiwa individu untuk bertindak sesuai dengan apa yang dipikirkan oleh mereka dan apa yang telah dipelajari.⁴⁴

⁴³ Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta ; Graha Ilmu. Hal 38

⁴⁴ Ibid. Hal 39

2. Belajar. Dalam proses pemecahan masalah (pengambilan keputusan) konsumen dapat menggunakan proses belajar melalui berpikir dan wawasan, dimana berpikir disini meliputi manipulasi mental terhadap simbol-simbol yang terjadi dalam dunia nyata dan dalam bentuk kombinasi arti. Sedangkan wawasan yaitu memperoleh pengertian atau pemahaman baru mengenai hubungan-hubungan yang ada dan terkait dengan permasalahan yang ada. Sementara itu memori bertindak sebagai perekam tentang apa yang diketahui konsumen melalui proses belajar. Dan aktivitas itu akan membentuk sikap dan tujuan perilaku tertentu.⁴⁵
3. Persepsi. Dapat dirumuskan dalam arti sebagai proses seorang individu memilih, mengorganisasi, dan menafsirkan masukan-masukan informasi untuk menciptakan sebuah gambar yang bermakna tentang dunia. Persepsi tergantung bukan hanya pada sifat-sifat rangsangan fisis, tetapi juga pada hubungan rangsangan dengan medan sekelilingnya (gagasan keseluruhan atau gestalt) dan kondisi dalam diri individu.⁴⁶

E. Perilaku Konsumtif dalam Islam

Perilaku konsumtif menurut pendapat beberapa para ahli di atas maka dapat disimpulkan, suatu pola perilaku yang berlebihan dalam mengkonsumsi sesuatu baik itu barang maupun jasa. Dimana tindakan konsumsi ini dilakukan

⁴⁵ Ibid. Hal 36

⁴⁶ Ibid. Kotler, Philip. & Keller, Kevin Lane, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Hal 179

tanpa melihat manfaat dan guna suatu barang, mereka hanya ingin memuaskan keinginan, hasrat, dan angan-angan mereka, dalam rangka untuk menunjukkan status yang tinggi.

Bila dilihat dari kacamata islam, perilaku konsumtif merupakan cara syetan untuk menggelincirkan manusia, yaitu dengan bersikap dan bertingkah laku yang melebihi batas atau berlebihan. Allah telah menegaskan larangan kepada manusia untuk melakukan perbuatan yang hanya mengikuti hawa nafsu duniawi saja serta melarang manusia untuk melakukan pemborosan baik itu waktu, tenaga serta uang. Dalam Al-Quran surat Al-Is'ro 27 telah disebut:

إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ^ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya : *Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syetan dan syetan itu adalah sangat ingkar kepadaTuhannya (Al-Qur'an terjemahan depaq 1989 : 428)*

Pemboros adalah seseorang yang menghabiskan hartanya secara berlebihan dengan tanpa mempertimbangkan apakah barang atau sesuatu itu benar-benar dibutuhkan atau tidak. Hal inilah yang kemudian akan menimbulkan antipatisme terhadap rasa sosial, yang mengarah pada individu individualistic yang eksklusif tidak mau tahu urusan orang lain, tidak peduli lingkungannya, serta tidak mempertimbangkan apakah perilaku konsumtifnya akan berdampak positif atau justru berdampak negative yang akan memunculkan kesombongan social. Firman Allah dalam Al-Qur'an surat Lukman 18:

وَلَا تُصَعِّرْ خَدَّكَ لِلنَّاسِ وَلَا تَمْشِ فِي الْأَرْضِ مَرَحًا^ط إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ كُلَّ مُخْتَالٍ فَخُورٍ ﴿١٨﴾

Artinya : *Dan janganlah kamu memalingkan muka kamu dari manusia (karena sombong) dan janganlah kamu berjalan dimuka bumi dengan angkuh, sesungguhnya Allah yang tidak menyukai orang-orang yang sombong lagi membanggakan diri.*

4. Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja

Konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok tersebut.⁴⁷

Konformitas mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan remaja seperti pilihan terhadap aktivitas sekolah atau sosial yang akan diikuti, penampilan, bahasa yang digunakan, sikap dan nilai-nilai yang dianut. Konformitas pada remaja umumnya terdiri atas keinginan untuk dilibatkan di dalam dunia teman sebaya, seperti berpakaian seperti teman-teman dan keinginan untuk meluangkan waktu dengan anggotanya.⁴⁸

Menurut Hurlock karena remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapatlah dimengerti bahwa pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku terkadang lebih besar daripada pengaruh keluarga. Misalnya, sebagian

⁴⁷ Zebua, Albertina Saady, dan Rostiana D nurdayadi. 2001. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja Putri*. Jurnal Phroneses. Vol 3, No 6. Hal 75

⁴⁸ Santrock, John W. 1983. *Life—Span Development : Perkembangan Masa Hidup I, Edisi Kelima*. Jakarta : Penerbit Erlangga. Hal 46

besar remaja mengetahui bahwa mereka memakai model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompok yang populer, maka kesempatan baginya untuk diterima oleh kelompok menjadi lebih besar.⁴⁹

Kebanyakan remaja berharap menjadi anggota kelompok acuan dan menolak menjadi tampak beda. Ketika pendapat remaja berbeda dengan pendapat kelompok maka kemungkinan ia akan merasa tertekan dan berusaha mengubah pendapatnya untuk melakukan konformitas dengan pendapat kelompok tersebut. Penyesuaian diri dengan norma yang ada dalam kelompok tanpa pemikiran yang mandiri disebut sebagai konformitas.⁵⁰

James F. Engel (dalam Mangkunegara) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif 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.⁵¹

Perilaku membeli di kalangan remaja dapat menjadi ajang pemborosan biaya jika perilaku konsumtif yang timbul didasarkan pada faktor-faktor di atas karena selain remaja masih dalam pengawasan orang tua mereka juga mendapat sumber dana masih dari orang tua. Dengan kata lain remaja belum memiliki penghasilan sendiri dan melakukan pembelian secara berlebihan dari uang yang diberikan.⁵²

⁴⁹ Hurlock, E.B.1999. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih bahasa : Istiwidayanti. Jakarta : Erlangga. Hal 213

⁵⁰ Sarwono, S.W.1989. *Psikologi Remaja*. Jakarta:Erlangga. Hal 206

⁵¹ Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. Refika Aditama. Hal 3

⁵² Tambunan. R (2001) *Remaja & Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com/Remaja/191101.htm>. Hal 3

Menurut Kotler faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku konsumen, Kelompok referensi (*reference group*) yaitu semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (*membership group*). Beberapa dari kelompok ini merupakan kelompok primer (*primary group*), dengan siapa orang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja.⁵³

Remaja banyak dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena karakteristik remaja yang cenderung labil dan mudah dipengaruhi sehingga mendorong munculnya berbagai gejala perilaku konsumsi yang tidak wajar.⁵⁴

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

Produk-produk yang dipandang sebagai lambang atau simbol status dikalangan remaja sangat mempengaruhi kebutuhan dan perilaku hidup mereka. Sebagai bagian dari masyarakat yang orientasinya tinggi, remaja semakin sadar

⁵³ Kotler, Philip. & Keller, Kevin Lane, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Hal 170

⁵⁴ Ibid. Zebua, Albertina Saady, dan Rostiana D nurdjayadi. 2001. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja Putri*. Jurnal Phroneses. Vol 3, No 6. Hal 72

akan produk-produk baru dan bermerk. Remaja akan cenderung meniru model-model baru dan hal ini diperkuat dengan maraknya majalah remaja, iklan dan media lain yang langsung maupun tidak langsung mengeksploitasi gaya hidup mewah dan mencolok. Tanpa disadari hal tersebut mendorong seseorang untuk membeli dan membeli terus sehingga menyebabkan remaja semakin terjerat dalam pola hidup yang konsumtif.⁵⁵

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut di atas, bahwa remaja yang menginginkan kedekatan terhadap kelompok sebaya dan dukungan emosi dalam menjalin persahabatan akan lebih mudah dalam melakukan konformitas, mengikuti norma yang berlaku di kelompok, meskipun tidak ada paksaan secara langsung untuk hal itu. Remaja akan menyamakan tingkah laku, hobi, gaya hidup, penampilan agar tidak beda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya, maka perilaku konsumtif pun terjadi.

5. HIPOTESIS

Adapun Hipotesis dari penelitian ini adalah “ada hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 kota Malang. Jadi semakin tinggi tingkat konformitas maka akan semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada remaja, begitu pula sebaliknya semakin rendah tingkat konformitas maka semakin rendah perilaku konsumtif pada remaja.

⁵⁵ Ibid. Zebua, Albertina Saady, dan Rostiana D nurdjayadi. 2001. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja Putri*. Jurnal Phroneses. Vol 3, No 6. Hal 75

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu penelitian yang ditinjau dari sudut paradigma penelitian yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel-variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisa data dengan prosedur statistik. Penelitian dengan pendekatan kuantitatif menekankan analisisnya pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya, pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil. Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi hubungan antar variable yang diteliti. Pada umumnya penelitian kuantitatif merupakan penelitian sampel besar.⁵⁶

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. Oleh karena itu jenis penelitian ini tergolong penelitian korelasional. Penelitian korelasional bertujuan menyelidiki sejauh mana variasi pada satu variable berkaitan dengan variasi pada satu atau lebih variable lain, berdasarkan koefisien korelasi. Dengan studi korelasional peneliti dapat memperoleh informasi mengenai taraf hubungan yang terjadi, bukan mengenai ada-tidaknya efek variabel satu terhadap variabel yang lain⁵⁷

⁵⁶ Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hal. 5.

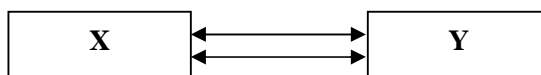
⁵⁷ Ibid, hal. 8-9.

B. Identifikasi Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel yang terdiri dari variabel bebas dan variabel terikat. Adapun variabel tersebut adalah konformitas dan sebagai variabel bebas dengan perilaku konsumtif pada remaja sebagai variabel terikat. Secara sistematis variabel penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel X : Konformitas

Variabel Y : Perilaku konsumtif pada remaja



C. Definisi Operasional

Variabel penelitian harus didefinisikan secara operasional, hal ini dimaksudkan untuk mencegah terjadinya kesalahpahaman data yang dikumpulkan, selain itu juga agar variabel yang digunakan dapat dimengerti secara praktis. Dalam rangka memperoleh data yang relevan dengan hipotesis penelitian, maka perlu dilakukan pengukuran terhadap variabel-variabel yang didefinisikan secara operasional.

Definisi operasional penelitian merupakan batasan dari variabel-variabel yang secara konkrit berhubungan dengan realitas dan merupakan manifestasi dari hal-hal yang akan diamati dalam penelitian.⁵⁸

Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Konformitas

⁵⁸ Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Riset 3*. Yogyakarta: Andi Offset, hal. 26.

Konformitas merupakan perilaku remaja yang dilakukan untuk menyesuaikan atau meniru dengan kelompok sebayanya agar dapat diterima oleh kelompok tersebut dengan melakukan sesuatu hal yang positif ataupun negatif sesuai dengan kelompoknya

Konformitas ini dapat diketahui melalui skala konformitas yang disusun berdasarkan aspek-aspek meliputi : Kekompakan (Penyesuaian Diri, Perhatian terhadap Kelompok), Kesepakatan (Kepercayaan, Persamaan Pendapat, Penyimpangan terhadap pendapat kelompok), Ketaatan (Tekanan karena Ganjaran, Ancaman, atau Hukuman, Harapan Orang Lain).

Semakin tinggi skor skal konformitas maka tingkat konformitas akan semakin tinggi dan sebaliknya semakin rendah skor skala konformitas maka semakin rendah tingkat konformitas

2. Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku atau tindakan dari individu untuk mengkonsumsi barang secara berlebihan atau bahkan cenderung tidak diperlukan. Perilaku konsumtif dapat diketahui melalui skala perilaku konsumtif yang disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif, yaitu : Adanya suatu keinginan mengkonsumsi secara berlebihan (Pemborosan, Inefisiensi Biaya), Perilaku tersebut dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata (Mengikuti Mode, Memperoleh Pengakuan Sosial).

Semakin tinggi skor perilaku konsumtif maka semakin tinggi tingkat perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah skor perilaku konsumtif maka semakin rendah pula tingkat perilaku konsumtif.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Suatu penelitian selalu berhadapan dengan masalah sumber data yang disebut populasi dan sampel penelitian. Sumber data dalam penelitian adalah subjek darimana data dapat diperoleh.⁵⁹

Sebagai suatu populasi, kelompok subjek ini harus memiliki ciri-ciri atau karakteristik bersama yang membedakannya dari kelompok subjek lain. Dari populasi ini dapat diambil contoh atau sampel yang diharapkan mampu mewakili populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah semua siswa-siswi kelas XII SMKN 2 Malang.

Tabel 3.1
Jumlah Populasi penelitian siswa kelas XII SMKN 2 Kota Malang
Periode Tahun 2011/2012

Jurusan	Jumlah
PS-1	32
PS-2	34
PS-3	37
PS-4	30
AP-1	34
AP-2	34
AP-3	30
AP-4	29
KPR-1	44
KPR-2	43

⁵⁹ Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta, hal. 114

KPR-3	43
TKJ-1	37
TKJ-2	39
TKJ-3	39
JSB-1	34
JSB-2	33
JSB-3	28
UPW-1	39
UPW-2	38
Jumlah	677

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti. Dinamakan penelitian sampel apabila kita bermaksud untuk menggeneralisasi hasil penelitian sampel.⁶⁰ Subjek yang dimaksud adalah siswa kelas XII di SMKN 2. Arikunto mengatakan bahwa jumlah responden <100, sampel diambil semua. Sedangkan responden >100, maka pengambilan sampel 10%-15% atau 20%-25%.⁶¹ Berpijak pada pendapat tersebut, maka pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah 25% dari populasi yang ada, karena jumlah populasi melebihi 100 yaitu 677 siswa. Maka $20\% \times 677 = 135$, jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 135 siswa.

E. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Cluster, random sampling. Random merupakan teknik pengambilan dengan cara mengacak populasi yang ada dan tidak membedakan antara subjek yang satu dengan yang lainnya.⁶²

⁶⁰ Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 131

⁶¹ Ibid Hal 134

⁶² Ibid Hal 134

Berdasarkan hasil random awal penentuan kelas yang akan dijadikan subjek adalah kelas XII yang terdiri dari 6 jurusan yaitu PS (Perawat Sosial), AP (Akomodasi Perhotelan), TKJ (Teknik Komputer dan Jaringan), JSB (Jasa Boga), UPW (Usaha Perjalanan Wisata), KPR (Keperawatan).

Dari 6 jurusan tersebut peneliti melakukan random kembali, karena tidak memungkinkan bagi peneliti mengambil 6 jurusan, yang jumlahnya terlalu banyak, hasil random membuktikan jurusan 4 yang akan dijadikan subjek penelitian. Setelah ditentukan keempat jurusan tersebut, peneliti melakukan teknik cluster. Dalam cluster yang berpeluang sama untuk menjadi sampel bukan individual, melainkan murid secara kelompok.⁶³ Peneliti akhirnya mengambil 4 jurusan dari kelas XII tetapi tidak membedakan antara kelas satu dengan kelas yang lainnya. Akhirnya peneliti mengambil jurusan AP, TKJ, PS, KPR yang terdiri dari siswa-siswi kelas XII. maka peneliti mengambil satu sampel dari 4 jurusan yaitu AP-4, TKJ-1, KPR-1, PS-4.

Tabel 3.2
Data Kelas dan Jumlah Sampel

No	Kelas	Jumlah Siswa
1	AP-4	30
2	KPR-1	42
3	TKJ-1	30
4	PS-4	33
	Jumlah	135

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini melalui beberapa metode, yaitu:

1. Skala

⁶³ Suryabrata, Sumadi. (2005). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada. Hal 36

Skala adalah berupa kumpulan pernyataan-pernyataan mengenai suatu objek sikap. Dari respon subjek pada setiap pernyataan itu kemudian dapat disimpulkan mengenai arah dan intensitas sikap seseorang.⁶⁴

Untuk mengukur konformitas dan Perilaku konsumtif maka peneliti menyusun skala sikap model Likert (metode skala rating yang dijumlahkan),

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomenan sosial ini telah telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variebl. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titi tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.⁶⁵

Dengan bentuk angket favourable dan unfavourable sebagai berikut :

a. Favourable

Merupakan pernyataan sikap yang berisi atau mengatakan hal-hal yang positif mengenai objek sikap, yaitu kalimatnya bersifat mendukung atau memihak pada objek sikap. Bentuk angket Favourabel Self regulation dan Prokrastinasi dalam penelitian ini adalah pilihan dengan menggunakan 4 alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS) = 4, Setuju (S) = 3, Tidak Setuju (TS) = 2, Sangat Tidak Setuju (STS) = 1.

b. Unfavourable

⁶⁴ Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal 95

⁶⁵ Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal 93

Artinya pernyataan sikap mungkin pula berisi hal-hal yang negatif mengenai objek sikap, yaitu yang bersifat tidak mendukung ataupun kontra terhadap objek sikap yang hendak diungkap. Untuk angket Self regulation dan Prokrastinasi dengan bentuk Unfavourable juga menggunakan 4 alternatif jawaban, yaitu: Sangat Setuju (SS) = 1, Setuju (S) = 2, Tidak setuju (TS) = 3, Sangat Tidak Setuju (STS) = 4. Peniadaan pilihan jawaban ragu-ragu menurut Hadi adalah sebagai berikut⁶⁶:

- 1) Jawaban ragu-ragu dikategorikan sebagai jawaban tidak memutuskan, sehingga dapat menimbulkan makna ganda berupa belum memberi keputusan, sehingga nampak masih mengambang dan tidak pasti atau diartikan sebagai netral.
- 2) Tersedianya pilihan jawaban di tengah (Center Tendency Effect), terutama bila masih ragu-ragu dalam menentukan pilihan.
- 3) Tidak tersedianya jawaban di tengah secara tidak langsung membuat subyek harus menentukan pendapat yang lebih pasti ke arah setuju atau tidak setuju.

Metode pengumpulan data adalah cara yang digunakan peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. Penelitian ini menggunakan angket atau skala psikologi sebagai metode pengumpulan data. Adapun penilaiannya berdasarkan pernyataan Favourable dan Unfavourable sebagai berikut :

⁶⁶ Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Riset 3*. Yogyakarta: Andi Offset. Hal 101

a. Konformitas

Tabel 3.3

Blue print konformitas

Aspek	Indikator	Item		Total
		Favourable	Unfavorable	
I. Kekompakan	Penyesuaian diri	3,15, 28	2,12, 31	13
	Perhatian terhadap kelompok	1,13,16,19	8,23, 30	
II. Kesepakatan	Kepercayaan	7,22, 31, 36	5, 24	16
	Persamaan pendapat	6,20,37	4,9,14	
	Penyimpangan pendapat kelompok	11, 33	10, 27	
III. Ketaatan	Harapan orang lain	17,21, 39	26, 34,	11
	Tekanan karena hukuman/ancaman	18, 29, 40	25, 35, 38	
Total		23	17	40

Adapun pemberian skor masing-masing item pada skala konformitas berpedoman pada pernyataan favourable dan unfavourable sebagai berikut:

Tabel 3.4

Pedoman Pemberian Skor Konformitas

Klasifikasi Jawaban	Skor Pernyataan Positif	Skor Pernyataan Negatif
Sangat setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak setuju	2	3
Sangat tidak setuju	1	4

b. Perilaku Konsumtif

Tabel 3.5

Blue print Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Item		Total
		Favourable	Unfavorable	
Keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan.	Pemborosan	1,2,3,5,6,34,40	4, 7, 15,35	20
	Inefisiensi Biaya	13,17,22,27,29	16,24, 31,37,	

Perilaku konsumtif yang dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata	Mengikuti mode	8,10,11,14,20,32,	12,21,23,38,	20
	Memperoleh pengakuan sosial	9,18,28,30,33,36,39	19, 25,26	
Total		25	15	40

Adapun pemberian skor masing-masing item pada skala perilaku konsumtif berpedoman pada pernyataan favourable dan unfavourable sebagai berikut

Tabel 3.6
Pedoman Pemberian Skor Perilaku Konsumtif

Klasifikasi Jawaban	Skor Pernyataan Positif	Skor Pernyataan Negatif
Sangat setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak setuju	2	3
Sangat tidak setuju	1	4

2. Observasi

Observasi adalah usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis dengan prosedur yang standar. Menurut Kerlinger, mengobservasi adalah suatu istilah umum yang mempunyai arti semua bentuk penerimaan data yang dilakukan dengan cara merekam kejadian, menghitung, dan mencatatnya.⁶⁷

3. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna

⁶⁷ Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 248

dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.⁶⁸

4. Angket/Kuesioner

Angket adalah sejumlah pertanyaan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang ia ketahui

Adapun jenis angket ada dua macam, yaitu angket jenis terbuka dan angket jenis tertutup. Dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data digunakan angket jenis tertutup sebab semua item pertanyaan tinggal dipilih mana jawaban yang sesuai dengan responden dengan cara memberi tanda cek

Arikunto, menjelaskan tentang angket dipandang dari bentuknya, maka kuesioner dalam penelitian ini adalah berbentuk skala, yaitu sebuah pernyataan diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan, misalnya mulai dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju.⁶⁹

⁶⁸ Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal 72

⁶⁹ Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta. Hal 128-129

G. Teknik Pengukuran Data

1. Skala Pengukuran

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah skala *likert*. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena Sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data yang bersifat kuantitatif dengan menggunakan skala *likert* untuk tujuan analisis. Dengan skala *Likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan-pertanyaan.⁷⁰

2. Penyusunan Instrumen

Instrumen penelitian disusun berdasarkan jabaran variabel penelitian yang berpedoman pada ruang lingkup penelitian. Indikator-indikator variabel tersebut dinyatakan dalam bentuk butir-butir pertanyaan yang akan memudahkan responden dalam mengisi instrumen skala.

Dalam penelitian ini menggunakan dua instrumen yang masing-masing berbentuk skala, antara lain adalah skala konformitas dan skala perilaku konsumtif

⁷⁰ Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Hal 93

a. Skala konformitas

Butir-butir instrumen pada skala konformitas terdiri dari 40 item pertanyaan yang disusun berdasarkan tiga komponen yaitu kekompakan, kesepakatan, ketaatan. Secara terperinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.7
Kisi-kisi skala konformitas

Aspek	Indikator	Deskriptor	Item	
			Favourable	Unfavourable
Kekompakan	Penyesuaian diri	Mampu beradaptasi merasa nyaman ketika berada dalam kelompoknya	3,15, 28	2,12, 31
	Perhatian terhadap kelompok	Memberikan perhatian kepada kelompok agar tidak terjadi konflik kecil dalam kelompok	1,13,16,19	8,23, 30
Kesepakatan	Kepercayaan	Memberikan sesuatu yang bisa percaya	7.22, 31, 36	5, 24
	Persamaan pendapat	Membangun komitmen bersama agar tidak menimbulkan perbedaan pendapat dalam kelompok	6,20,37	4,9,14
	Penyimpangan pendapat kelompok	Memberikan pengakuan kepada teman kelompok agar mereka lebih loyal dalam kelompok	11, 33	10, 27
Ketaatan	Harapan orang lain	Menjaga perbedaan pendapat kelompok agar tidak sampai menyimpang dari kelompok	17,21, 39	26, 34,
	Tekanan karena hukuman/anca man	Memberikan hukuman kepada anggota kelompok yang tidak patuh	18, 29, 40	25, 35, 38

b. Skala Perilaku konsumtif

Butir-butir instrumen pada skala perilaku konsumtif terdiri dari 40 item pertanyaan yang disusun berdasarkan dua komponen yaitu keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan dan perilaku konsumtif yang dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan. Secara terperinci dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.8
Kisi-kisi skala perilaku konsumtif

Aspek	Indikator	Deskriptor	Item	
			Favourable	Unfavorable
Keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan.	Pemborosan	Mudah terbujuk rayuan iklan dan ikut-ikutan teman dan cenderung boros	1,2,3,5,6,34,40	4, 7, 15, 35
	Inefiensi Biaya	Mengeluarkan uang secara berlebihan untuk membeli barang yang tidak perlu	13,17,22,27,29	16,24, 31,37,
Perilaku konsumtif yang dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata	Mengikuti mode	Selalu berpenampilan sesuai dengan mode yang lagi trend	8,10,11,14, 20, 32,	12,21,23,38,
	Memperoleh pengakuan sosial	Agar diakui oleh kelompoknya dan dapat diterima oleh lingkungannya	9,18, 28,30,33,36,39	19, 25,26

H. Uji Validitas dan Reabilitas alat ukur

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas adalah aspek kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid, tidak sekedar mampu mengungkapkan data dengan tepat akan tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut.⁷¹

Standart pengukuran yang digunakan untuk menentukan validitas aitem berdasarkan pendapat Azwar bahwa suatu aitem dikatakan valid apabila $r_{ix} \geq 0,30$. Namun apabila jumlah aitem yang valid ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat menurunkan sedikit kriteria dari 0,30 menjadi 0,25 atau 0,20.⁷²

Untuk menguji validitas digunakan teknik Korelasi Produk Moment dari Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\left\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\right\} \left\{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\right\}}}$$

Dimana :

- r_{xy} : Korelasi produk moment
- n : Jumlah sampel atau responden
- X : skor item
- Y : skor total item

⁷¹ Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar. Hal 5-6

⁷² Ibid Hal 65

Suatu instrument dinyatakan valid jika mempunyai r hitung lebih besar dari pada r tabel, sebaliknya instrument dinyatakan tidak valid jika nilai r hitung kurang dari r tabel.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk dapat dijadikan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya akan menghasilkan data yang dapat dipercaya pula.

Dalam penelitian ini, reliabilitas diukur dengan metode konsistensi internal dengan teknik Reliabilitas Alpha. Dengan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum s_j^2}{s_x^2} \right]$$

Dimana :

k = Banyaknya belahan tes

s_j^2 = Varian belahan j ; $j= 1,2,\dots,k$

s_x^2 = Varians skor tes

Adapun kriteria pengujiannya adalah apabila nilai reliabilitas instrumen diatas 0,6 atau 60%, berarti terdapat data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%. Sebaliknya jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 atau 60% berarti tidak terdapat

data yang reliabel pada tingkat kepercayaan 95%. Adapun klasifikasi koefisien reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 3,9

Klasifikasi Reliabilitas

Reliabilitas	Klasifikasi
0.800 – 1.000	Sangat tinggi
0.600 – 0.800	Tinggi
0.400 – 0.600	Cukup
0.200 – 0.400	Rendah
0.000 – 0.200	Sangat Rendah

I. Analisis Data

Teknis analisis data merupakan langkah yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Adapun teknik analisa data yaitu menggunakan Kuantitatif. Proses analisa datanya menggunakan program SPSS 15.0

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan secara umum hasil penelitian, yang dilakukan untuk mengetahui kategorisasi tingkatan pada variabel X dan Y pada subyek penelitian. Pendeskripsian ini dilakukan dengan cara mengklasifikasikan skor subyek berdasarkan norma yang ditentukan.

Dalam melakukan pengkategorian ini, peneliti menggunakan skor hipotetik. Adapun langkah-langkah dalam pembuatan skor hipotetik dalam penelitian ini adalah:

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

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

μ : rerata hipotetik

i_{\max} : Skor maksimal item

i_{\min} : Skor minimal item

$\sum k$: Jumlah item

b. Menghitung deviasi standart hipotetik (σ), dengan rumus :

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

σ : Deviasi standart hipotetik

X_{\max} : Skor maksimal subyek

X_{\min} : Skor minimal subyek

c. Kemudian dilakukan kategorisasi dengan rumus sebagai berikut:

Tinggi = $(M + 1SD) < x$

Sedang = $(M - 1SD) < x \leq (M + 1SD)$

Rendah = $x \leq (M - 1SD)$ (Azwar, 2004:109)

d. Analisa presentase

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

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

Keterangan:

P = Prosentase

F = Frekuensi

N = Jumlah subjek

BAB IV

HASIL PENELITIAN

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

A. Sejarah Singkat SMK Negeri 2 Malang

Pada tahun 1952, awalnya gedung yang ditempati SMK Negeri 2 Malang ini milik SHD, Sekolah Hakim dan Djaksa, Merupakan Sekolah Ikatan Dinas Milik Departemen Kehakiman. Kemudian pada tahun 1958 berubah menjadi SPPN (Sekolah Pembantu Panitera Negeri), masih ikatan dinas di bawah departemen kehakiman. Pada tahun 1967 menjadi SPSA, Sekolah Pekarja Sosial Atas, Di bawah departemen social dengan SK. No. 124/ukk3/1969, dengan masa pendidikan selama 4 tahun. Tahun 1975 menjadi SMPS, Sekolah Menengah Pekerjaan Sosial Atas, di bawah departemen pendidikan. Dan akhirnya pada tahun 1995 diubah menjadi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Malang (SMKN 2 Malang).

B. Identitas Sekolah

1. Nama Sekolah : SMK NEGERI 2 MALANG
2. Status : NEGERI
3. Nama Kepala Sekolah : Drs. H. JUWITO, M.Si
4. NIP : 195510017 198003 1 010
5. No. SK Kepala Sekolah : 821.2/280/420.406/2004
 - a. Tanggal SK Kepala Sekolah : 30 SEPTEMBER 2004
 - b. Pejabat yang mengangkat : WALIKOTA MALANG
6. Nama Ketua Komite Sekolah : TRIYANTO. SST. Par
7. Alamat Sekolah
 - a. Jalan : VETERAN NO. 17

- b. Desa/Kelurahan : SUMBERSARI
- c. Kecamatan : LOWOKWARU
- d. Kota : MALANG
- e. Propinsi : JAWA TIMUR
- f. No. telp/fax : (0341) 551504
- g. Kode Pos : 65145
- h. E-mail : smkn2malang@yahoo.com

C. Jurusan/Program Studi

SMK N 2 Malang memiliki 6 program keahlian/jurusan, yaitu:

1. Pekerja Sosial (PS)
2. Usaha Perjalanan Wisata (UPW)
3. Akomodasi Perhotelan (AP)
4. Keperawatan Sosial (KPR)
5. Jasa Boga (JSB)
6. Teknik Komputer Jaringan (TKJ)

D. Visi & Misi

1. Visi :

Tercapainya kualitas pendidikan untuk menghasilkan tamatan sebagai pekerja social, pekarya kesehatan tingkat menengah dan tenaga professional di bidang usaha jasa pariwisata, akomodasi perhotelan, serta restoran yang handal, mandiri, dan mampu mengembangkan diri dan serta mampu berperan serta dalam upaya mengamalkan ilmunya di masyarakat sesuai dengan profesinya.

2. Misi

a. Mendidik siswa menjadi tenaga professional di bidang pekerjaan social, usaha jasa pariwisata, akomodasi perhotelan, restoran, dan pekarya kesehatan yang beriman dan bertakwa kepada tuhan YME.

b. Mendidik siswa menjadi tenaga professional di bidang Pekerjaan Sosial, Usaha Jasa Pariwisata, Akomodasi perhotelan, Restoran dan Pekarya Kesehatan yang berbudi pekerti luhur dan berbakat.

c. Mendidik siswa menjadi tenaga professional di bidang Pekerjaan Sosial, Usaha Jasa Pariwisata, Akomodasi Perhotelan, Restoran dan Pekarya Kesehatan yang cerdas, terampil, dan memiliki wawasan yang luas.

d. Mendidik siswa menjadi tenaga professional di bidang Pekerjaan Sosial, Usaha Jasa Pariwisata, Akomodasi Perhotelan, Restoran dan Pekarya Kesehatan yang mampu berperan serta dalam upaya membuktikan profesinya.

2. Hasil Analisis Data

A. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya.

Validitas adalah aspek kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid, tidak

sekedar mampu mengungkapkan data dengan tepat akan tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut.⁷³

Standart pengukuran yang digunakan untuk menentukan validitas aitem berdasarkan pendapat Azwar bahwa suatu aitem dikatakan valid apabila $r_{ix} \geq 0,30$. Namun apabila jumlah aitem yang valid ternyata masih tidak mencukupi jumlah yang diinginkan, maka dapat menurunkan sedikit kriteria dari 0,30 menjadi 0,25 atau 0,20.⁷⁴

Untuk menguji validitas digunakan teknik Korelasi Produk Moment dari Pearson dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *product moment*

N = Jumlah responden

$\sum x$ = Nilai aitem

$\sum y$ = Nilai total skala

Perhitungan indeks daya beda aitem dengan rumus diatas menggunakan bantuan program komputer SPSS 15.0 for Windows. Korelasi aitem total terkoreksi untuk masing-masing aitem ditunjukkan oleh kolom **Corrected Item-Total Correlation**. Dalam pengukuran ini, *Corrected Item-Total Correlation* disebut sebagai daya beda, yaitu kemampuan aitem dalam membedakan orang-orang dengan trait tinggi dan rendah. Sebagai acuan umum digunakan 0,3 sebagai

⁷³ Azwar, Saifuddin. 2001. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hal. 5-6

⁷⁴ Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, hal . 65.

batas. Aitem-aitem yang memiliki daya beda kurang dari 0,3 menunjukkan aitem tersebut memiliki nilai kesejalaran yang rendah, untuk itu perlu dihilangkan atau diganti untuk penelitian selanjutnya.

1. Skala Konformitas

Hasil perhitungan dari uji validitas skala konformitas didapat hasil bahwa terdapat 12 item yang gugur dari 40 item yang ada, sehingga banyaknya item yang valid adalah 28 item. Item tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4,1
Nomor aitem Gugur Konformitas

Aspek	Indikator	Item		Total
		Valid	Gugur	
Kekompakan	Penyesuaian diri	15,28,2,31	3, 12, 19, 23	13
	Perhatian terhadap kelompok	1,13,16,8,30		
Kesepakatan	Kepercayaan	7.22,31,36,24 6,20,4,9,14 11,33,10,27	5, 37	16
	Persamaan pendapat			
	Penyimpangan pendapat kelompok			
Ketaatan	Harapan orang lain	21,39,26,35,38	17,18,25,29, 34,40	11
	Tekanan karena hukuman/ancaman			
Total		28	12	40

Dari hasil uji validitas skala konformitas diatas, diketahui bahwa item yang valid berjumlah 28 yaitu item 1, 2, 4, 6,7, 8, 9, 10, 11, 13,14, 15, 16, 20, 21, 22, 24, 26, 27, 28, 30, 31, 32, 33, 35, 36, 38, dan 39 yang tersebar di tiga aspek dalam tingkat konformitas. Item inilah yang dijadikan sebagai instrumen

penelitian. Selanjutnya item-item yang lolos dari uji validitas diubah nomernya sesuai dengan urutan, yaitu disesuaikan dari yang paling kecil ke yang paling besar nominalnya. Misalnya saja item yang sebelum dilakukan uji coba mempunyai nomer 10 maka secara otomatis posisinya akan berubah menjadi item nomer 8. Item inilah yang dijadikan sebagai instrumen penelitian.

Untuk lebih jelasnya perubahan posisi item yang lolos setelah dilakukan uji coba dan telah diurutkan menurut nominal dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4,2

Tabel aitem Valid konformitas

Aspek	Indikator	Item		Total
		Favourable	Unfavorable	
Kekompakan	Penyesuaian diri	15, 28	2,31	4
	Perhatian terhadap kelompok	1,13,16	8,30	5
Kesepakatan	Kepercayaan	7,22,31,36	24	5
	Persamaan pendapat	6,20	4,9,14	5
	Penyimpangan pendapat kelompok	11, 33	10, 27	4
Ketaatan	Harapan orang lain	21, 39	26	3
	Tekanan karena hukuman/anca man		25,38	2
		15	13	28

Dalam mengambil data penelitian, membuang 12 item yang gugur dan memakai 28 item yang valid. Peneliti sengaja memakai item yang valid tanpa

mengganti item yang gugur karena item-item tersebut dirasa sudah mewakili indikator yang diukur, selain itu juga item yang valid sudah mewakili aspek yang favorable dan unfavorable tiap aspek. Untuk mengetahui apakah ke 28 item tersebut masih tetap valid meskipun peneliti membuang 12 item yang tidak valid tanpa menggantinya

2. Skala Perilaku konsumtif

Hasil perhitungan dari uji validitas skala konsumtif didapat hasil bahwa terdapat 14 item yang gugur dari 40 item yang ada, sehingga banyaknya item yang valid adalah 26 item. Item tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 4,3

Tabel aitem Gugur perilaku konsumtif

Aspek	Indikator	Item		Total
		Valid	Gugur	
Keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan.	Pemborosan	2,4,3,5,6,7,15,13,16,24,27,29,31,37	1,34,35,17,22,40	20
	Inefiensi Biaya			
Perilaku konsumtif yang dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata	Mengikuti mode	8,10,11,12,19,20,23,25,38,28,30,36	9,14,18,21,26,32,33,39	20
	Memperoleh pengakuan sosial			
Total		26	14	40

Dari hasil uji validitas skala konsumtif diatas, diketahui bahwa item yang valid berjumlah 26 yaitu item 2,3,4,5,6,7, 8, 10, 11, 12, 13,15, 16, 19,20,23,24,25, 27, 28,29, 30, 31, 36,37, dan 38, yang tersebar di empat aspek dalam tingkat konsumtif. Item inilah yang dijadikan sebagai instrumen penelitian. Selanjutnya item-item yang lolos dari uji validitas diubah nomernya sesuai dengan urutan, yaitu disesuaikan dari yang paling kecil ke yang paling besar nominalnya. Misalnya saja item yang sebelum dilakukan uji coba mempunyai nomer 10 maka secara otomatis posisinya akan berubah menjadi item nomer 8. Item inilah yang dijadikan sebagai instrumen penelitian.

Untuk lebih jelasnya perubahan posisi item yang lolos setelah dilakukan uji coba dan telah diurutkan menurut nominal dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4,4

Tabel aitem Valid Perilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	Item		Total
		Favourable	Unfavorable	
Keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan.	Pemborosan	1,2,4,5	3,6,12	7
	Inefiensi Biaya	7,8,9,15	13,17,23,25	8
Perilaku konsumtif yang dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan	Mengikuti mode	11,19,21	10,16,26	6
	Memperoleh pengakuan sosial	20,22,24	14,18	5

semata				
		14	12	26

Dalam mengambil data penelitian, peneliti membuang 14 item yang gugur dan memakai 26 item yang valid. Peneliti sengaja memakai item yang valid tanpa mengganti item yang gugur karena item-item tersebut dirasa sudah mewakili indikator yang diukur, selain itu juga item yang valid sudah mewakili aspek yang favorable dan unfavorable tiap aspek. Untuk mengetahui apakah ke 26 item tersebut masih tetap valid meskipun peneliti membuang 14 item yang tidak valid tanpa menggantinya dapat dilihat pada table di bawah ini

B. Uji Reabilitas

Dari hasil analisa statistik pada masing-masing alat ukur, diperoleh nilai Reliabilitas andal pada instrument Konformitas sebesar 0,690 dan instrument Perilaku Konsumtif sebesar 0,701. Adapun hasil reliabilitas variabel Konformitas dan Perilaku konsumtif secara ringkas dapat dilihat dalam tabel :

Tabel 4,5

Hasil uji Reabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Konformitas	0,690	Andal
Perilaku Konsumtif	0,701	Andal

C. Paparan hasil Penelitian

1. konformitas

- Mean Hipotetik

$$\mu = \frac{1}{2}(t_{max} + t_{min}) \sum k = \frac{1}{2}(4 + 1)28 = 70$$

- Deviasi Standart Hipotetik

$$\sigma = \frac{1}{6}(x_{max} - x_{min}) = \frac{1}{6}(78 - 55) = 3.83$$

- Kategorisasi

Tabel 4,6

Rumusan Kategori Konformitas

Rendah	$X \leq 66.167$
Sedang	$66.167 < X \leq 73.83$
Tinggi	$73.83 < X$

- Prosentase

Untuk kategorisasi rendah

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% = \frac{32}{135} \times 100\% = 23.7\%$$

Jadi dapat dikatakan bahwa banyak responden yang mempunyai tingkat konformitas rendah adalah sebesar 23.7%

Untuk kategorisasi sedang

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% = \frac{86}{135} \times 100\% = 63.7\%$$

Jadi dapat dikatakan bahwa banyak responden yang mempunyai tingkat konformitas sedang adalah sebesar 63.7%

Untuk kategorisasi tinggi

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% = \frac{17}{135} \times 100\% = 12.6\%$$

Jadi dapat dikatakan bahwa banyak responden yang mempunyai tingkat konformitas tinggi adalah sebesar 12.6%

2. Perilaku konsumtif

- Mean Hipotetik

$$\mu = \frac{1}{2} (i_{max} + i_{min}) \sum k = \frac{1}{2} (4 + 1) 26 = 65$$

- Deviasi Standart Hipotetik

$$\sigma = \frac{1}{6} (x_{max} - x_{min}) = \frac{1}{6} (94 - 41) = 8.83$$

- Kategorisasi

Tabel 4.7

Rumusan Kategori Perilaku Konsumtif

Rendah	$X \leq 56.167$
Sedang	$56.167 < X \leq 73.833$
Tinggi	$73.833 < X$

- Prosentase

Untuk kategorisasi rendah

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% = \frac{61}{135} \times 100\% = 45.185\%$$

Jadi dapat dikatakan bahwa banyak responden yang mempunyai tingkat perilaku konsumtif rendah adalah sebesar 45.185%

Untuk kategorisasi sedang

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% = \frac{73}{135} \times 100\% = 54.07\%$$

Jadi dapat dikatakan bahwa banyak responden yang mempunyai tingkat perilaku konsumtif sedang adalah sebesar 54.07%

Untuk kategorisasi tinggi

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% = \frac{1}{135} \times 100\% = 0.74\%$$

Jadi dapat dikatakan bahwa banyak responden yang mempunyai tingkat perilaku konsumtif tinggi adalah sebesar 0.74%

D. Uji Hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Penilaian hipotesis didasarkan pada analogi:

H_a: Ada hubungan (secara parsial) antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang.

H_0 : Tidak ada hubungan (secara parsial) antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang.

Dasar pengambilan tersebut berdasarkan pada nilai probabilitas, yaitu sebagai berikut:

- a) Jika nilai $p < 0.05$ maka H_a diterima, H_0 ditolak
- b) Jika nilai $p > 0.05$ maka H_0 diterima, H_a ditolak

Dari hasil pengolahan data dengan bantuan program *SPSS 16.0 for Windows* dapat dijelaskan sebagai berikut:

Correlations

		totalY	Total_X
totalY	Pearson	1	.316(**)
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		
	N		
Total_X	Pearson	.316(**)	1
	Correlation		
	Sig. (2-tailed)		
	N		

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

Dari output diatas dapat dikatakan bahwa besar korelasi atau hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif adalah sebesar 0.316. Dapat diketahui bahwa $P = 0,316 < 0,05$. Jadi, H_a diterima, H_0 hal tersebut berarti bahwa antara konformitas dan perilaku konsumtif mempunyai hubungan , hanya saja

hubungannya relative kecil dengan sifat hubungan yang positif dimana semakin tinggi tingkat konformitas maka semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif.

E. Pembahasan

1. Tingkat Konformitas dan Perilaku konsumtif

Hasil analisis data menunjukkan adanya hubungan negatif antara Konformitas dengan Perilaku konsumtif (Ha), dimana semakin tinggi konformitas pada remaja maka makin tinggi perilaku konsumtif, demikian pula sebaliknya jika makin rendah konformitas maka makin rendah perilaku konsumtif pada remaja.

a. Konformitas

Jalaludin mengatakan konformitas, bahwa bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama.⁷⁵

Penelitian ini menunjukkan bahwa. Tingkat konformitas pada remaja di SMKN 2 Malang, dari 135 responden didapatkan 85 responden (67,3 %) berada pada tingkat konformitas yang sedang, 32 responden (27,3 %) berada pada kategori rendah dan 17 responden (12,6 %) berada pada kategori tinggi.

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata siswa-siswi SMKN 2 Malang khususnya yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu kelas XII memiliki tingkat konformitas yang sedang dengan prosentase

⁷⁵ Jalaludin Rahmat. 2004. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya. Hal 148

67,3% dimana menurut Baron dan Byrne⁷⁶ konformitas remaja adalah penyesuaian perilaku remaja untuk menganut pada norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan yang menunjukkan bagaimana remaja berperilaku.

Hal ini mengindikasikan bahwa siswa-siswi SMKN 2 Malang khususnya kelas XII cenderung melakukan perilaku konformitas di dasarkan pada tiga hal menurut Sears⁷⁷ yaitu kekompakan, kesepakatan, ketaatan.

Dalam usahanya untuk dapat diterima kelompok, mereka harus bertingkah laku maupun berpenampilan sama dengan pola-pola dan harapan-harapan sesama anggota kelompoknya. Mereka mulai memfokuskan diri pada penampilan baik fisik, pakaian, asesoris, hand phone dan sebagainya. Mereka terus-menerus membeli barang-barang yang dapat menunjang penampilan padahal barang-barang yang mereka miliki masih bermanfaat. Ketaatan mereka untuk selalu berpenampilan sama dengan pola dan harapan kelompok ternyata justru mendorong mereka untuk melakukan pembelian secara tidak wajar.

Kesepakatan juga selalu ditunjukkan remaja terhadap kelompoknya baik kesepakatan opini, kesepakatan pendapat maupun kesepakatan dalam mengkonsumsi sesuatu.. Hal ini mereka lakukan karena mereka

⁷⁶ Robert A. Baron & Donn Byrne. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 1 Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga, hal. 206

⁷⁷ O' Sears, David dan Peplau, L.A. 1991. *Psikologi Sosial*. Alih Bahasa: Michael, A. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga, hal. 81-86

ingin tetap kompak dengan kelompok dan tidak ingin disebut menyimpang dari kelompok.

Kekompakan, kesepakatan dan ketaatan merupakan suatu bentuk konformitas terhadap teman sebaya. Setelah dilakukan perhitungan diperoleh hasil mean empirik 70 dan nilai standar deviasi 3.83. Mean empirik berada di kurva sedang, hal ini menunjukkan bahwa tingkat konformitas terhadap teman sebaya pada subjek penelitian sedang. Tingkat konformitas terhadap teman sebaya yang sedang tersebut menunjukkan bahwa pengaruh kelompok teman sebaya memegang peranan yang cukup besar dalam diri remaja.

Al-Qur'an menyebutkan bahwa sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum, sehingga mereka bisa berubah nasibnya sendiri, jika seseorang ingin merubah hidupnya ingin menjadi orang yang berhasil dan sukses maka usaha yang dilakukan yaitu belajar dan bekerja secara sungguh-sungguh. Berusaha dengan kemampuan yang mereka miliki tanpa pengaruh dari orang lain. Karena, sebenarnya semua manusia diberi kemampuan yang seimbang, tapi semua itu tergantung bagaimana individu berusaha untuk menjadi lebih baik. Dalam Surat Ar-ro'du ayat 11 juga dijelaskan

لَهُمْ مَعْقَبَاتٌ مِّنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَمِنْ خَلْفِهِ يَحْفَظُونَ لَهُ مِنْ أَمْرِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ

يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ سُوءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِنْ دُونِهِ مِنْ وَالٍ ﴿١١﴾

Artinya : *Bagi manusia ada malaikat-malaikat yang selalu mengikutinya bergiliran, di muka dan di belakangnya, mereka menjaganya atas perintah Allah. Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri. Dan apabila Allah menghendaki keburukan terhadap sesuatu kaum, maka tak ada yang dapat menolaknya; dan sekali-kali tak ada pelindung bagi mereka selain Dia.*

b. Perilaku Konsumtif

Menurut Mowen & Minor. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.⁷⁸

Penelitian ini menunjukkan bahwa Perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang dari 135 responden didapatkan 73 responden (54,0 %) berada pada yang sedang, 61 responden (45,185 %) berada pada kategori rendah dan 1 responden (0,74 %) memiliki Perilaku konsumtif yang tinggi.

Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa rata-rata siswa-siswi SMKN 2 Malang khususnya yang menjadi responden dalam penelian ini yaitu kelas XII memiliki tingkat perilaku konsumtif yang sedang dengan prosentase 54%.

Tinjauan mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dapat ditelusuri melalui pemahaman mengenai faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Selain faktor budaya, menurut

⁷⁸ Mowen, John C. & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi kelima. Jakarta:Penerbit Erlangga. Hal. 6

Kotler faktor sosial seperti kelompok referensi, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku konsumen.⁷⁹

Kelompok referensi (*reference group*) yaitu semua kelompok yang mempunyai pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku orang tersebut. Kelompok yang mempunyai pengaruh langsung disebut kelompok keanggotaan (*membership group*). Beberapa dari kelompok ini merupakan kelompok primer (*primary group*), dengan siapa orang berinteraksi dengan apa adanya secara terus menerus dan tidak resmi, seperti keluarga, teman, tetangga dan rekan kerja. Masyarakat juga menjadi kelompok sekunder (*secondary group*), seperti agama, profesional, dan kelompok persatuan perdagangan yang cenderung lebih resmi dan memerlukan interaksi yang kurang berkelanjutan. Kelompok referensi mempengaruhi anggotanya setidaknya dengan tiga cara. Mereka memperkenalkan perilaku dan gaya hidup baru kepada seseorang, mereka mempengaruhi sikap dan konsep diri, dan mereka mencitakan tekanan kenyamanan yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek.

Menurut Sumartono, ciri-ciri perilaku konsumtif.⁸⁰ :

1. Kecenderungan membeli barang yang dianggap dapat menjaga status sosial. Individu menganggap barang yang digunakan adalah suatu simbol dari status sosialnya.

⁷⁹ Kotler, Philip. & Keller, Kevin Lane, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. Hal 170-172

⁸⁰ Fransisca dan Tommy Y.S Suyasa, *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*, Jurnal Phronesis, 2005, hal 177-178

2. Memakai sebuah barang karena pengaruh model yang mengiklankan barang. Individu memakai barang karena tertarik untuk bisa menjadi seperti model iklan tersebut, ataupun karena model yang diiklankan adalah seorang idola dari pembeli.

Bila dilihat dari kacamata islam, perilaku konsumtif merupakan cara syetan untuk menggelincirkan manusia, yaitu dengan bersikap dan bertingkah laku yang melebihi batas atau berlebihan. Allah telah menegaskan larangan kepada manusia untuk melakukan perbuatan yang hanya mengikuti hawa nafsu duniawi saja serta melarang manusia untuk melakukan pemborosan baik itu waktu, tenaga serta uang. Dalam Al-Quran surat Al-Is'ro 27 telah disebut:

3. إِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya : *Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syetan dan syetan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya (Al-Qur'an terjemahan depaq 1989 : 428)*

2. Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif

Dengan begitu kita dapat menilai bahwa konformitas pada remaja SMKN 2 Malang pada tingkat sedang sedangkan perilaku konsumtif pada remaja SMKN 2 Malang dalam kategori sedang. Melihat besar korelasi antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada penelitian ini yaitu sebesar 0.316. Oleh karena itu, hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa ada

hubungan positif antara Konformitas dengan perilaku konsumtif bisa dikatakan benar dan sesuai dengan teori-teori yang ada.

Dari penjelasan diatas dinyatakan bahwa ada hubungan yang positif karena dalam penelitian ini semakin tinggi tingkat konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Namun dari hasil penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan tingkat konformitas yang terjadi memiliki kategorisasi sedang, sama halnya dengan tingkat perilaku konsumtif yang terjadi memiliki kategorisasi sedang. maka hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif yang terjadi di SMKN 2 Malang masih memiliki kategorisasi sedang.

Konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai usaha untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok acuan baik ada maupun tidak ada tekanan secara langsung yang berupa suatu tuntutan tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya namun memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada remaja anggota kelompok tersebut.

Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja kota-kota besar yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya. Remaja memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi

sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar.

Konformitas dan perilaku konsumtif sangat dekat sekali dalam fenomena pergaulan remaja saat ini sehingga dapat disimpulkan ketika para remaja masuk dalam suatu kelompok maka dia harus menyesuaikan apa yang dilakukan oleh kelompok tersebut, baik dalam hal kebiasaan dan penampilan, untuk itu para remaja melakukan hal apapun untuk dapat menyesuaikan dengan kelompok tersebut dengan meniru penampilan kelompok tersebut dan cenderung untuk berpenampilan sama sehingga mendorong untuk membeli dan menggunakan barang yang wajib dipakai oleh kelompok tersebut dan akhirnya dia membeli barang yang seharusnya tidak dia beli tetapi melainkan hanya untuk bisa sama dengan kelompoknya maka berbagai cara dilakukan untuk bisa diakui kelompoknya termasuk dengan cara perilaku konsumtif.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisa Bab IV maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Tingkat konformitas pada remaja di SMKN 2 Malang, dari 135 responden didapatkan 85 responden (67,3 %) berada pada tingkat konformitas yang sedang, 32 responden (27,3 %) berada pada kategori rendah dan 17 responden (12,6 %) berada pada kategori tinggi.

Sedangkan tingkat konformitas yang terjadi pada remaja di SMKN 2 Malang khususnya pada kelas XII berada pada tingkat konformitas yang sedang yaitu 67,3%

2. Perilaku konsumtif pada remaja di SMKN 2 Malang dari 135 responden didapatkan 73 responden (54,0 %) berada pada yang sedang, 61 responden (45,185 %) berada pada kategori rendah dan 1 responden (0,74 %) memiliki Perilaku konsumtif yang tinggi.

Sedangkan tingkat Perilaku konsumtif yang terjadi pada remaja di SMKN 2 Malang khususnya pada kelas XII berada pada tingkat yang sedang yaitu 54%

3. Konformitas pada remaja SMKN 2 Malang pada kategori sedang sedangkan perilaku konsumtif pada remaja SMKN 2 Malang dalam kategori sedang. Melihat besar korelasi antara konformitas dengan

perilaku konsumtif pada penelitian ini yaitu sebesar 0.316. Oleh karena itu, hasil penelitian ini yang menyatakan bahwa ada hubungan yang positif antara Konformitas dengan perilaku konsumtif

Dari penjelasan diatas dinyatakan bahwa ada hubungan yang positif karena dalam peneltian ini semakin tinggi tingkat konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Hal ini terjadi karena didasarkan pada aspek konformitas yaitu : a) kekompakan, b) kesepakatan, c) ketaatan. Dan aspek pada perilaku konsumtif yaitu : a) keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan, b) dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata.

B. Saran

Berdasarkan penelitian dan analisis yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang peneliti berikan, adapun saran-saran tersebut sebagai berikut :

1. Saran bagi siswa SMKN 2 Malang

Siswa SMKN 2 Malang hendaknya tidak melakukan hal-hal negatif dari konformitas karena mengakibatkan timbulnya perilaku konsumtif yang tinggi, tetapi konformitas tidak semuanya negatif, ada pula konformitas yang menekankan pada presatasi belajar agar siswa dalam kelompok tersebut mampu bersaing dengan kelompok di dalamnya dalam hal prestasi belaja.

2. Saran untuk lembaga

Dalam lembaga terdapat beberapa pihak diantaranya adalah guru, guru adalah sebagai pengganti orang tua selama di sekolah, yang mana guru dapat memberikan teladan yang baik bagi siswanya. Selanjutnya adalah pihak sekolah khususnya bagian BK. Sebaiknya pihak BK lebih menekankan bimbingan dan konseling tidak hanya pada siswa yang bermasalah dan melanggar peraturan tetapi juga pada siswa yang tidak bermasalah. Karena bimbingan sangat diperlukan siswa dalam mengatasi setiap permasalahan disekolah maupun diluar sekolah.

3. Saran untuk orang tua

Bagi orang tua ketika berada di rumah dan guru yang juga bertindak sebagai orang tua ketika anak berada di sekolah diharapkan dapat lebih mengarahkan untuk berfikir dan bertindak yang rasional yang kegiatan tersebut dapat menimbulkan perilaku konsumtif atau dengan memberikan pengetahuan bahwa segala yang dilakukan seseorang tidak harus sama dengan apa yang dilakukan orang lain.

4. Saran untuk peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti Hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja agar terlebih dahulu melakukan uji coba alat ukur sebelum melakukan penelitian. Hal ini untuk menghindari banyaknya item yang gugur. Saran lain sebaiknya agar lebih berhati-hati dalam pembuatan item skala sehingga item lebih dapat dipahami oleh subyek penelitian, serta lebih jelas lagi

dalam membuat instruksi pengisian skala sehingga subyek dapat lebih memahami cara pengisian skala.

Penelitian ini dilakukan di SMKN 2 Malang. Pada peneliti lain disarankan untuk menggunakan setting lingkungan budaya yang berbeda, hal ini dimaksudkan agar dapat diperoleh hasil yang berbeda dan dapat menjadi pembanding hasil penelitian sebelumnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah. 2002. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta ; Graha Ilmu.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2005. *Management Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2007. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 1999. *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Azwar, Saifuddin. 2001. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Engel, F. 1994. *Perilaku Konsumen*. Terjemah F-X Budiyanto. Edisi keenam, Jilid 1. Jakarta: Binapura Aksara
- Fransisca dan Tommy Y.S Suyasa, *Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran*, Jurnal Phronesis, 2005.
- Ginna, M. 2006. *Remaja merokok karena meniru*. <http://www.pikiran-rakyat.com/cetak/2006/032006/hikmah/lain04.htm>.
- Hadi, Sutrisno. 2004. *Metodologi Riset 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harian Kompas 14 januari 2005
- Hurlock, Eizabeth B. 2004, *Psikologi Perkembangan*. Edisi kelima, Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Hurlock, E.B.1999. *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Alih bahasa : Istiwidayanti. Jakarta : Erlangga.
- Jalaludin Rahmat. 2004. *Psikologi Komunikasi* . Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Kholilah .2008. “*Perilaku Konsumtif Masyarakat, Pengunjung Pasar Kaget di Wisata Belanja Tugu Gajayana Malang*”, Skripsi (tidak diterbitkan). Fak. PsikologiUIN Maliki Malang.

- Kotler, Philip. & Keller, Kevin Lane, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Mowen, John C. & Minor, M. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi kelima. Jakarta:Penerbit Erlangga.
- Myers, David G. 2005. *Social psychology*: 8th edition. New York: Mc Graw Hill Feldmen, Robert. (1995). *Social Psychology*. New Jersey : Prentice Hall
- O' Sears, David dan Peplau, L.A.1991. *Psikologi Sosial*. Alih Bahasa: Michael, A. Jilid kedua. Jakarta: Erlangga.
- Prasetijo, Ristitanti. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi
- Robert A. Baron & Donn Byrne. 2004. *Psikologi Sosial Jilid 1 Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Erlangga,
- Sriatmini, Lilik. 2009.*Perilaku Konsumtif Remaja di SMAN Se-Kota Malang Serta Implikasi Bimbingan dan Konselingnya* .
- Sarwono, S.W.1989. *Psikologi Remaja*. Jakarta:Erlangga.
- Sarwono, sarlito. (2000). *Psikologi Remaja*. Jakarta; PT Rja Grafindo Persada.
- Santrock, John W. 1983. *Life—Span Development : Perkembangan Masa Hidup I, Edisi Kelima*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryabrata, Sumadi. (2005). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Raja Grafindo Persada.
- Tambunan, R. 2008. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. (Online) (<http://www.duniaesai.com/psikologi/psi7.html>, diakses 27 Desember 2010).
- Wiggins, James A, dkk. 1994. *Social Psychology*. Edisi : 5. New york : MC GRAW – HILL
- Zebua, Albertina Saady, dan Rostiana D nurdjayadi. 2001. *Hubungan antara Konformitas dan Konsep diri dengan perilaku konsumtif pada remaja Putri*. Jurnal Phroneses. Vol 3, No 6

LAMPIRAN

KUESIONER

Petunjuk Atau Cara Pengisian

Sebelum menjawab pertanyaan perhatikan dan pahami dengan cermat terlebih dahulu hal-hal berikut ini:

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat dan teliti, agar dapat memahami setiap pertanyaan
2. Beri tanda silang (X/√) pada jawaban yang telah tersedia yang anda anggap paling benar.
3. Jawaban anda tidak ada hubungannya dengan penilaian terhadap anda, sehingga jawablah dengan jujur.

SS = Sangat Setuju TS = Tidak Setuju
 S = Setuju STS = Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden

Nama :
 Jenis Kelamin :
 Umur :
 Kelas :

Skala Konformitas

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya akan melakukan apapun supaya dapat diterima oleh teman-teman saya				
2	Saya merasa tidak tertekan bila melakukan sesuatu diluar keinginan teman kelompok saya				
3	Saya malu bila memiliki merk, jenis & warna HP yang sama dengan teman saya				
4	Saya menolak saran-saran dari teman saya				
5	Saya takut dibenci jika tidak melakukan apa yang diinginkan teman saya				
6	Saya sering mengajak teman saya dalam berbelanja				
7	Bila saya bingung dalam memilih pakaian yang dikenakan, maka saya cenderung bertanya pada teman saya				
8	Saya ingin tampil beda dari teman saya				

9	Saya tidak ingin memiliki barang yang tidak sanggup saya beli, meskipun diusulkan teman saya				
10	Saya tidak suka diatur oleh teman saya				
11	Saya mengambil keputusan sendiri tanpa dipengaruhi teman				
12	Saya merasa tidak nyaman bila harus berpakaian yang sama dengan teman setiap keluar bersama				
13	Saya memberikan ide tempat jalan-jalan kepada teman saya				
14	Walupun berbeda pemikiran dengan teman, tetapi saya tetap memberikan pendapat saya				
15	Saya selalu terlihat kompak bila berkumpul dengan teman saya				
16	Saya selalu merasa diperhatikan oleh teman saya				
17	Saya akan melakukan hal apapun demi mendapat perhatian dari teman saya				
18	Dari pada di cap "tidak setia kawan" saya akan meninggalkan acara lain demi acara bersama teman-teman saya				
19	Saya akan berbagi info promo dalam berbelanja kepada teman saya				
20	Saya memutuskan tempat yang akan dituju bila ingin jalan-jalan bersama teman				
21	Saya berteru terang, bila saya dimintai pendapat oleh teman saya				
22	Saya menuruti pendapat teman saya dari pada pendapat orang lain				
23	Saya lebih memilih menyimpan masalah & tidak menceritakan kepada teman saya				
24	Saya enggan menceritakan hal-hal pribadi saya kepada teman-teman saya				
25	Saya merasa biasa saja ketika tidak melakukan sesuatu yang sering dilakukan teman saya				
26	Saya tidak berharap teman-teman saya memperhatikan saya				
27	Terkadang saya tidak sependapat dengan teman saya				
28	Saya sangat berperan/menonjol dalam kelompok saya				
29	Saya akan dijauhi oleh teman-teman saya ketika tidak menuruti kemauan teman saya				
30	Saya tidak begitu memperhatikan penampilan teman-teman saya				
31	Saya terkadang merasa tidak nyaman ketika berkumpul dengan teman saya				
32	Saya akan meminta pendapat pada teman tentang penampilan saya				
33	Terkadang saya mengkritik tentang penampilan teman saya				
34	Saya tidak suka memberi pujian tentang penampilan teman saya				
35	Saya tidak merasa ketinggalan zaman walaupun tidak berkumpul dengan teman saya				
36	Hal-hal yang baik dari teman-teman saya akan cenderung untuk saya tiru				
37	Saya senang jika berpakaian sama dengan teman-teman jika				

	pergi jalan-jalan				
38	Berkumpul dengan teman-teman saya membuat saya mengetahui tentang hal-hal baru				
39	Saya ingin berpenampilan seperti teman-teman saya				
40	Saya dijauhi oleh teman-teman saya karena saya kurang gaul dalam berpenampilan				

KUESIONER

Petunjuk Atau Cara Pengisian

Sebelum menjawab pertanyaan perhatikan dan pahami dengan cermat terlebih dahulu hal-hal berikut ini:

4. Bacalah setiap pertanyaan dengan cermat dan teliti, agar dapat memahami setiap pertanyaan
5. Beri tanda silang (X/√) pada jawaban yang telah tersedia yang anda anggap paling benar.
6. Jawaban anda tidak ada hubungannya dengan penilaian terhadap anda, sehingga jawablah dengan jujur.

SS = Sangat Setuju TS = Tidak Setuju

S = Setuju STS = Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Umur :

Kelas :

Skala Perilaku Konsumtif

No	Pernyataan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya cenderung membeli barang-barang yang suka tanpa berpikir panjang				
2	Saya merasa puas ketika membeli barang yang saya suka				
3	Barang yang saya beli adalah bukan kebutuhan pokok				
4	Saya tidak akan membeli barang yang tidak saya butuhkan				

5	Saya membeli pakaian yang sering dipakai oleh artis				
6	Saya mengutamakan merk ternama ketika membeli pakaian atau produk fashion				
7	Saya hanya membeli produk yang mudah saya jangkau harganya				
8	Saya merasa percaya diri ketika memakai pakaian dengan harga yang mahal dan bermerk				
9	Saya akan mengeluarkan berapapun untuk menjaga penampilan saya				
10	Saya selalu membeli produk yang sedang trend saat ini				
11	Saya cenderung memakai produk-produk luar negeri				
12	Saya merasa percaya diri meskipun memakai pakaian yang murah				
13	Saya cenderung membeli barang yang menawarkan diskon atau potongan harga				
14	Saya harus mengupdate penampilan saya agar tidak ketinggalan dengan teman saya				
15	Saya akan memakai barang yang saya beli sampai barang itu rusak atau tidak bisa dipakai lagi				
16	Saya mengumpulkan uang terlebih dahulu untuk membeli barang yang saya inginkan				
17	Saya selalu memakai produk keluaran terbaru, meskipun saya masih memiliki produk sejenis				
18	Saya menggunakan pakaian mahal dan bagus ketika keluar bersama teman saya				
19	Saya senang ketika orang tua saya membelikan pakaian meskipun tidak seperti yang saya inginkan				
20	Saya selalu berbelanja di mall dan distro				
21	Saya tidak begitu mengikuti mode yang sedang trend saat ini				
22	Barang yang mahal membuat saya lebih percaya diri				
23	Saya lebih suka membeli barang yang murah tetapi tetap bisa mengikuti mode				
24	Saya tidak membeli barang yang menawarkan diskon ketika barang itu tidak saya butuhkan				
25	Saya merasa nyaman berkumpul dengan teman-teman meskipun memakai pakaian yang sederhana				
26	Saya tidak suka diberi kritikan oleh teman saya tentang penampilan saya				
27	Saya tidak memikirkan harga barang yang akan saya beli ketika saya menyukai barang tersebut				
28	Saya menyesuaikan pakaian yang dipakai oleh teman saya ketika akan jalan-jalan				
29	Saya suka membeli barang yang ditawarkan melalui iklan				
30	Saya akan berusaha dengan cara apapun untuk mendapatkan barang yang saya inginkan				
31	Bila dihadapkan pada dua produk maka saya akan memilih yang				

	termurah				
32	Saya senang berganti-ganti merk hp terbaru				
33	Saya rela mengeluarkan uang banyak untuk melakukan perawatan tubuh				
34	Saya cenderung bersifat boros dan suka berbelanja				
35	Saya suka membeli barang yang saya butuhkan dan harganya terjangkau				
36	Saya ingin membeli barang yang sama dengan teman saya				
37	Saya suka membeli pakaian bekas yang masih bagus dan harganya murah				
38	Saya tidak harus membeli pakaian mahal dan bermerk dalam berpenampilan				
39	Saya suka berpenampilan menarik dengan produk-produk yang mahal				
40	Saya berbelanja pakaian satu bulan sekali				

Skala Konformitas Valid

	1	2	4	6	7	8	9	10	11	13	14	15	16	20	21	22	24	26	27	28	30	31	32	33	35	36	38	39	total			
1	4	1	4	2	3	1	1	3	2	4	2	4	3	3	3	2	1	3	2	3	2	2	1	3	1	4	2	3	69	55	1	
2	2	2	3	3	4	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	4	2	3	2	2	69	55	2	
3	4	2	4	4	3	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	1	3	2	1	2	1	4	2	1	2	61	58	3	
4	4	2	3	3	4	2	2	1	4	4	1	4	3	4	3	1	3	2	3	1	3	2	2	3	2	3	2	3	74	61	4	
5	4	2	3	3	4	2	3	1	4	4	1	4	3	4	3	2	3	2	3	1	3	1	3	4	1	3	1	3	75	61	5	
6	4	2	1	2	4	3	3	2	3	3	1	4	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	67	61	6	
7	2	4	4	3	4	1	2	1	4	4	1	4	4	2	4	1	3	2	2	3	3	1	1	3	2	3	1	3	72	62	7	
8	1	2	4	4	4	1	2	1	3	3	1	4	4	3	4	2	3	3	2	3	4	2	2	3	2	3	2	2	74	64	8	
9	4	3	3	3	3	1	1	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2	2	2	2	1	3	2	3	3	4	1	2	71	64	9	
10	2	2	4	3	4	3	1	1	3	3	2	4	4	2	3	3	1	3	2	3	3	1	2	3	3	3	1	2	71	64	10	
11	4	2	3	3	2	2	2	1	3	3	1	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	4	1	2	65	64	11	
12	4	2	3	3	3	1	1	1	4	4	1	4	3	3	4	2	1	2	2	3	1	2	2	3	1	1	2	2	65	64	12	
13	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	75	65	13
14	2	2	4	3	3	2	2	1	4	3	2	2	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	68	65	14	
15	2	2	4	2	4	2	3	2	2	4	1	3	3	2	4	2	2	3	2	2	4	2	1	3	2	4	1	3	71	65	15	
16	3	2	4	3	4	2	1	1	3	3	1	3	3	2	4	2	3	2	2	2	3	1	1	3	2	3	2	2	67	65	16	
17	2	3	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	1	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	67	65	17	
18	3	2	4	2	2	3	1	1	3	3	1	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	2	2	4	4	2	1	3	73	65	18	
19	2	1	4	3	3	2	2	3	1	3	2	3	3	3	4	1	3	3	1	3	4	1	2	2	3	3	2	2	69	65	19	
20	3	2	4	3	1	3	1	1	3	3	1	3	3	3	4	3	3	2	2	3	4	1	2	3	4	3	1	3	72	65	20	
21	4	3	4	2	2	1	4	1	3	3	1	4	3	3	3	1	4	2	2	1	1	1	2	4	1	4	1	2	67	65	21	
22	4	2	3	3	2	2	2	2	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	2	3	2	1	2	2	3	3	2	2	75	65	22	
23	4	1	4	3	4	2	1	1	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	67	65	23	
24	2	2	4	3	3	2	2	1	3	4	1	3	3	2	4	2	3	3	1	3	3	3	2	3	2	4	1	2	71	66	24	
25	3	1	2	3	3	3	1	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	65	66	25	
26	3	2	4	2	1	1	1	1	4	2	2	3	3	2	3	2	4	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2	66	66	26	
27	2	3	3	1	3	3	2	1	3	3	1	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	2	2	68	66	27	
28	4	2	3	4	4	2	3	2	4	3	2	3	2	2	3	1	2	4	2	2	2	4	2	3	2	1	1	2	71	66	28	
29	4	2	3	3	4	3	1	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	4	2	4	1	2	70	66	29	
30	3	2	4	4	2	3	3	2	3	4	1	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	1	2	1	1	69	66	30	

31	3	2	4	3	3	2	2	2	2	1	3	3	2	3	2	3	2	2	3	2	3	1	3	4	1	2	1	1	65	66	31
32	2	3	3	3	3	2	1	2	3	2	2	3	4	3	3	3	2	4	2	2	3	2	2	3	2	3	1	2	70	66	32
33	2	3	3	2	3	3	2	2	4	4	1	4	4	3	3	3	3	2	3	3	2	1	2	1	3	1	2	72	67	1	
34	1	3	4	3	3	2	1	1	2	3	1	4	3	3	4	3	3	4	2	2	4	2	2	3	3	3	1	2	72	67	2
35	2	2	4	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	4	3	2	2	2	2	3	1	1	4	1	4	4	2	2	71	67	3
36	3	2	4	3	4	1	1	3	2	4	1	3	3	3	4	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	4	1	2	69	67	4
37	3	2	4	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	1	1	2	2	1	4	1	2	65	67	5
38	1	4	3	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	4	2	3	1	1	2	1	1	3	1	3	4	1	1	55	67	6
39	3	2	3	3	3	2	2	2	3	4	1	3	4	2	3	3	3	4	2	2	2	2	2	3	2	4	1	2	72	67	7
40	3	2	3	3	4	2	2	2	3	3	4	3	4	2	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	2	73	67	8
41	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	1	2	3	2	4	1	2	71	67	9
42	3	3	4	3	3	3	2	1	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	1	2	3	3	4	1	3	73	67	10
43	3	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	1	2	3	1	4	2	3	70	67	11
44	3	2	3	3	2	2	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	1	2	67	67	12
45	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	4	2	3	75	67	13
46	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	2	3	76	67	14
47	4	4	4	3	4	2	1	4	1	4	1	1	1	4	4	1	4	4	3	1	1	3	2	4	1	4	1	4	75	68	15
48	4	2	3	3	4	2	2	2	2	3	2	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	2	2	4	3	1	4	78	68	16
49	2	3	3	1	3	3	1	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	65	68	17
50	2	3	4	2	2	3	1	2	1	4	1	3	3	2	4	2	2	2	2	4	3	1	4	3	2	3	1	2	68	68	18
51	2	3	3	2	2	2	2	1	3	2	2	2	3	3	3	2	1	2	2	2	1	3	3	3	1	2	3	2	62	68	19
52	2	3	3	3	4	2	2	2	3	3	1	3	3	4	4	3	3	3	2	2	3	1	1	3	3	4	1	2	73	68	20
53	2	1	4	2	3	1	3	2	2	2	1	3	3	1	4	1	1	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	58	68	21
54	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	4	4	3	4	2	3	3	2	2	3	1	1	3	3	3	1	2	74	68	22
55	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	2	4	3	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	2	2	73	68	23
56	2	2	3	3	3	1	3	4	1	3	2	4	3	4	3	1	1	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	1	65	68	24
57	2	2	3	3	2	3	2	1	3	3	2	3	3	3	3	3	1	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	68	68	25
58	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	64	69	26
59	2	2	4	2	2	3	1	2	2	3	2	4	4	2	3	1	1	3	2	2	3	1	2	3	3	3	2	2	66	69	27
60	2	3	4	3	3	2	4	4	3	4	1	3	3	3	4	3	2	3	2	4	3	1	2	2	2	2	1	2	75	69	28
61	2	2	3	4	2	1	1	1	3	3	2	4	4	2	3	2	4	4	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	66	69	29
62	2	2	3	2	2	3	1	1	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	4	1	4	1	2	69	69	30

63	2	2	3	2	4	2	2	2	4	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	1	3	1	4	1	2	67	69	31	
64	3	2	4	2	3	2	2	2	4	3	1	3	3	3	4	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	71	69	32	
65	1	3	4	2	2	3	4	4	2	3	1	4	3	2	4	1	4	3	2	2	3	2	3	2	2	1	2	1	70	69	33	
66	2	1	3	2	2	2	1	1	4	2	1	2	3	2	3	3	1	3	2	3	2	3	1	3	2	4	1	2	61	69	34	
67	1	2	3	3	4	2	1	2	4	3	1	3	3	3	4	2	2	2	1	2	1	1	2	3	4	4	1	2	66	69	35	
68	1	3	4	3	4	4	2	3	2	3	1	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	1	1	3	4	3	2	2	72	69	36	
69	2	3	4	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	1	73	69	37	
70	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	65	69	38	
71	3	2	3	4	4	1	3	1	3	3	1	3	4	2	3	1	1	3	2	2	4	1	2	3	1	3	1	2	66	70	39	
72	3	3	4	3	4	3	2	2	2	3	2	4	3	3	4	2	3	3	2	1	3	1	1	3	2	4	1	2	73	70	40	
73	4	3	4	3	4	1	1	2	1	4	1	4	3	3	4	1	4	4	1	2	3	1	1	3	2	4	1	3	72	70	41	
74	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	4	2	3	2	3	2	2	2	4	2	2	2	2	3	2	2	3	68	70	42	
75	3	2	4	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	1	67	70	43	
76	4	2	3	3	3	2	2	2	3	4	1	4	4	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	1	3	2	3	73	70	44	
77	2	2	3	3	3	2	1	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	66	70	45	
78	2	3	3	4	4	2	2	3	2	3	2	4	3	3	4	3	2	2	2	2	3	1	2	3	2	4	1	2	73	70	46	
79	4	3	3	3	3	1	1	2	3	3	2	3	3	2	4	3	2	2	2	2	3	1	2	3	2	4	2	2	70	70	47	
80	2	2	4	2	2	3	1	2	2	3	2	4	4	2	4	2	2	3	2	2	3	1	2	3	4	3	2	2	70	70	48	
81	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	73	71	49
82	4	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	2	2	2	1	4	2	3	3	2	3	2	75	71	50	
83	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	65	71	51	
84	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	66	71	52	
85	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	1	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	1	1	3	4	4	1	4	78	71	53	
86	2	2	4	4	3	2	1	2	3	3	2	4	4	2	3	2	2	3	1	2	3	2	2	2	3	3	1	2	69	71	54	
87	3	3	3	3	3	1	3	1	2	3	2	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	4	3	4	2	2	74	71	55	
88	3	3	3	2	4	1	2	1	3	3	2	4	3	3	3	3	2	1	1	2	2	3	3	3	2	4	1	3	70	71	56	
89	3	3	4	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	71	71	57	
90	3	2	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	69	71	58	
91	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	1	3	4	1	3	3	3	1	4	72	71	59	
92	2	2	4	3	3	1	1	1	3	3	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	2	3	2	4	2	2	78	71	60	
93	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	69	71	61	
94	1	1	4	4	4	1	1	1	1	4	1	4	4	1	4	1	4	1	1	1	4	1	1	4	4	4	1	1	64	72	62	

95	2	2	3	3	3	3	1	1	3	3	2	3	3	2	3	1	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	67	72	63			
96	3	3	3	4	1	1	1	2	3	4	1	3	3	2	4	3	2	3	2	2	3	2	1	3	3	2	1	3	68	72	64	
97	2	2	4	3	4	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	2	2	3	2	3	1	2	72	72	65	
98	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	4	2	2	64	72	66		
99	3	2	2	3	1	3	4	4	4	2	2	4	3	3	2	2	4	1	4	2	4	1	1	2	2	1	1	3	70	72	67	
100	2	3	1	2	1	2	4	1	3	4	4	4	2	2	3	1	2	3	2	3	3	2	2	1	2	4	1	2	66	72	68	
101	3	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	72	72	69	
102	1	4	4	4	4	1	1	2	4	3	1	4	3	2	4	2	3	4	1	4	1	2	2	4	3	4	1	2	75	72	70	
103	1	1	4	3	3	1	2	3	4	3	1	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	1	3	1	2	68	72	71	
104	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	3	71	72	72	
105	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	72	73	73	
106	3	2	3	2	3	1	2	2	3	4	2	4	3	2	4	3	2	2	2	4	1	1	2	3	2	4	1	2	69	73	74	
107	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	68	73	75	
108	1	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	66	73	76	
109	2	2	4	2	4	3	1	2	3	2	2	4	4	1	3	1	2	3	2	1	3	2	1	4	2	4	1	4	69	73	77	
110	2	3	4	1	4	1	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	4	2	2	65	73	78	
111	2	2	4	1	3	2	2	3	2	4	2	4	4	2	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	4	1	2	70	73	79	
112	2	2	4	1	4	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	1	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	67	73	80	
113	3	2	3	2	4	1	4	3	3	3	2	4	4	2	3	3	3	2	2	2	3	1	2	3	2	4	1	2	73	73	81	
114	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	70	73	82	
115	1	2	3	4	4	1	4	4	4	4	1	3	1	1	3	1	1	1	1	1	4	1	1	3	1	4	1	1	61	73	83	
116	2	2	4	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	69	73	84	
117	2	1	3	3	2	2	2	1	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	4	1	2	68	73	85	
118	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	2	4	1	2	3	3	3	1	2	73	73	86	
119	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	67	74	1	
120	3	2	3	1	4	2	2	4	3	4	1	2	2	2	4	2	3	2	2	1	2	1	1	3	3	2	1	2	64	74	2	
121	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	2	3	3	2	2	2	3	1	1	68	74	3		
122	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	2	2	68	74	4	
123	2	2	3	1	2	3	1	2	3	3	2	3	3	2	4	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	2	65	75	5	
124	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	1	3	67	75	6
125	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	71	75	7	
126	1	2	4	2	3	2	1	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	1	1	1	1	1	3	2	1	1	1	2	55	75	8	

127	2	2	4	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	4	2	2	3	1	2	3	3	3	1	3	69	75	9
128	3	2	4	3	3	3	1	1	3	4	4	3	4	3	3	2	1	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	73	75	10
129	2	4	4	3	3	2	2	1	4	4	1	3	3	4	3	2	1	3	2	2	4	3	1	4	1	3	3	1	73	75	11
130	2	4	3	4	4	2	3	1	3	4	2	3	3	4	3	2	2	2	1	2	4	1	1	4	1	3	2	1	71	75	12
131	1	2	4	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	67	76	13
132	3	3	4	4	4	2	2	1	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	2	2	3	2	2	3	2	4	1	3	76	76	14
133	3	2	3	4	4	1	3	1	3	3	1	3	4	2	3	2	1	3	2	2	4	1	2	3	1	3	1	2	67	78	15
134	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	64	78	16
135	3	2	4	3	3	2	2	2	2	3	1	3	3	2	4	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	71	78	17

Skala Perilaku Konsumtif Valid

	2	3	4	5	6	7	8	10	11	12	13	15	16	19	20	23	24	25	27	28	29	30	31	36	37	38	total		
1	4	2	2	2	2	1	3	3	3	1	3	2	1	1	3	2	2	1	3	3	2	1	2	3	2	2	56	41	
2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	69	41	
3	4	1	1	2	1	1	3	1	2	3	3	1	1	3	1	2	1	1	2	4	2	2	3	3	1	3	52	42	
4	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	2	3	3	1	3	2	3	2	3	3	4	63	44	
5	2	2	4	1	4	1	3	1	2	3	1	1	1	3	1	2	2	1	2	1	2	2	3	1	1	3	50	44	
6	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	61	44	
7	4	2	1	4	3	2	1	3	2	1	3	1	1	2	4	1	1	1	2	1	2	1	2	3	1	1	50	44	
8	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	1	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	1	2	60	44	
9	3	2	3	2	3	3	3	4	2	2	2	2	3	1	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	68	45	
10	4	3	1	2	2	1	2	2	2	2	4	2	2	3	2	1	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	59	45	
11	3	2	2	2	2	1	2	3	2	2	4	4	1	2	3	2	3	1	2	3	2	1	2	3	3	2	59	46	
12	4	3	1	2	1	1	2	3	2	1	3	2	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	4	2	1	49	46	
13	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	65	46	
14	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	60	47

15	4	2	3	2	2	1	3	3	1	1	4	2	1	2	2	1	3	2	1	3	2	3	2	3	3	1	57	47
16	4	2	1	2	2	1	2	4	3	2	3	2	2	2	3	3	1	1	3	2	2	2	2	2	3	1	57	48
17	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	59	48	
18	4	4	2	2	2	3	2	2	1	1	4	2	2	1	1	2	2	1	3	2	2	2	1	3	3	2	56	48
19	4	2	3	2	2	3	1	1	2	2	3	3	1	2	3	1	2	2	1	3	2	1	2	2	3	2	55	49
20	4	3	1	2	2	2	2	3	1	2	3	3	1	2	3	2	2	2	4	2	3	1	2	4	4	2	62	49
21	4	2	2	3	4	1	4	4	2	1	4	3	1	1	3	1	1	1	3	2	2	1	2	3	3	1	59	49
22	4	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	1	2	3	1	2	1	2	2	2	3	1	3	3	2	56	50
23	4	2	2	3	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	3	2	3	1	1	2	3	2	2	4	3	1	56	50
24	3	2	1	1	1	2	2	1	2	1	3	2	2	2	2	1	3	2	1	2	2	4	3	3	3	2	53	50
25	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	2	4	2	2	2	2	3	2	1	59	50
26	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	62	50
27	4	2	1	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	3	2	4	57	50
28	4	3	4	1	1	3	3	3	1	2	3	2	1	1	3	2	2	1	1	3	2	2	2	2	3	2	57	50
29	4	2	1	2	2	1	3	2	2	2	4	2	2	3	2	2	1	1	2	3	2	2	2	3	3	2	57	51
30	4	4	3	2	2	1	2	3	2	1	4	3	2	2	4	2	4	1	4	3	3	2	1	3	2	1	65	51
31	3	2	3	1	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	4	1	56	51
32	4	3	1	2	1	1	3	2	1	1	4	3	1	3	2	1	1	1	2	2	1	3	2	3	1	1	50	52
33	4	2	2	2	2	1	3	4	1	2	4	3	1	1	3	2	3	2	3	1	4	2	1	2	3	1	59	52
34	4	3	2	2	2	1	2	2	1	2	4	2	1	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	4	2	3	57	53
35	4	4	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	1	4	2	2	3	1	4	4	1	60	53
36	4	2	1	2	2	1	3	3	1	1	4	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	3	2	1	47	53
37	4	3	3	1	1	2	2	1	1	1	3	1	1	1	2	2	2	1	4	2	2	1	2	3	2	2	50	53
38	4	2	2	1	1	2	1	1	1	1	4	2	1	2	1	1	2	2	4	3	1	4	2	3	2	1	51	54
39	4	2	2	3	3	1	2	2	2	2	3	2	1	2	2	1	2	1	2	2	3	2	3	2	3	2	56	54
40	4	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	1	1	2	1	2	1	4	2	2	3	2	3	4	1	60	54
41	4	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	2	2	1	1	4	2	2	3	3	2	3	1	56	54
42	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	1	3	2	2	1	2	3	2	3	2	3	3	1	54	54
43	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	62	54
44	4	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	1	1	2	4	3	3	2	3	3	2	4	3	2	4	2	65	55
45	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	63	55
46	4	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	62	55

47	4	1	4	1	2	1	3	4	1	1	1	1	1	1	2	1	1	3	4	4	2	4	3	2	4	3	59	55
48	4	3	2	2	4	2	3	4	2	3	2	2	1	2	3	2	2	1	4	4	3	4	2	4	3	2	70	56
49	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	57	56
50	4	2	2	1	1	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	1	2	1	1	3	2	1	2	2	2	1	47	56
51	4	2	3	1	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	41	56
52	3	4	1	1	1	1	1	1	1	1	4	3	1	1	2	1	2	1	1	3	2	1	1	2	1	1	42	56
53	3	2	1	2	2	2	1	2	1	1	3	1	1	2	1	4	2	2	1	1	1	3	3	1	4	1	48	56
54	4	2	3	1	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	3	3	1	55	56
55	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	1	3	2	4	3	2	2	2	2	3	1	54	56
56	4	2	2	2	2	1	2	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	1	4	4	65	56
57	4	2	2	2	2	1	2	4	2	3	4	2	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	1	4	4	65	56
58	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	1	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	2	3	2	57	56
59	4	2	2	1	1	1	1	3	1	2	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	59	56
60	4	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	1	1	3	1	3	1	2	2	2	2	3	3	4	2	60	56
61	3	3	2	1	1	1	1	2	1	2	3	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	3	2	44	56
62	3	2	1	1	1	1	1	2	1	1	3	1	2	3	1	1	2	1	2	2	2	3	3	1	3	1	45	57
63	3	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	3	1	3	2	3	2	2	1	44	57
64	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	4	2	59	57
65	4	2	2	3	3	2	3	3	2	2	4	1	2	2	3	2	4	1	4	3	2	1	2	2	4	3	66	57
66	3	3	1	2	2	1	2	2	2	1	4	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	46	57
67	4	2	2	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	2	2	1	1	1	2	3	2	1	2	2	3	1	44	57
68	4	2	1	1	1	2	1	1	1	2	3	2	1	1	2	2	2	1	3	2	3	2	1	2	1	1	45	57
69	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	1	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	66	57
70	3	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	1	2	3	2	2	2	1	2	3	55	57
71	3	3	4	1	3	1	3	3	3	2	4	3	1	2	3	1	3	2	2	2	2	4	1	1	2	1	60	57
72	3	2	2	2	2	1	3	2	1	2	4	2	1	2	2	1	2	1	4	4	2	3	2	2	3	1	56	57
73	3	1	4	2	3	2	2	2	1	1	4	1	1	1	3	1	1	1	1	3	2	4	1	3	2	1	51	57
74	3	1	4	1	3	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	1	2	3	2	60	57
75	4	2	1	1	3	2	3	3	3	2	4	3	2	2	3	2	3	2	4	2	3	3	2	2	4	2	67	58
76	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	4	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	68	58
77	3	2	1	1	1	2	1	2	1	1	3	2	2	1	2	1	2	2	1	3	3	2	2	1	2	4	48	58
78	4	3	2	1	3	1	3	3	1	2	4	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2	3	1	61	58

79	4	3	2	1	2	1	3	4	1	2	3	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	3	2	2	2	1	49	59
80	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	4	2	3	2	2	2	2	4	2	62	59
81	3	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	59	59	
82	4	2	4	1	4	1	3	3	1	2	3	2	1	1	2	3	2	2	2	3	1	2	2	3	3	2	59	59
83	3	2	3	2	1	2	3	2	1	1	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	1	2	3	3	3	3	59	59
84	3	3	1	2	2	2	3	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	4	2	58	59	
85	4	2	4	2	2	2	2	3	3	2	3	1	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	1	59	59	
86	3	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	4	3	2	2	2	3	3	1	50	59
87	4	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	3	2	1	3	1	2	1	3	2	2	3	3	2	2	2	57	59
88	4	3	2	2	3	2	3	4	3	1	3	1	1	1	3	2	2	2	3	4	2	4	2	3	2	1	63	59
89	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	1	2	2	3	2	54	59
90	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	1	2	1	3	1	2	3	3	3	3	2	3	1	58	59
91	4	1	3	1	2	1	3	1	2	2	3	2	1	2	1	1	3	2	2	3	2	2	3	4	3	2	56	59
92	3	3	3	1	3	1	3	3	2	2	3	1	1	2	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	2	62	59
93	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	57	59	
94	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	4	4	1	1	1	1	1	4	1	44	59
95	3	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	3	1	51	60
96	4	2	2	1	3	2	2	4	2	2	2	2	1	3	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	1	58	60
97	4	2	3	2	2	1	3	3	1	1	4	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	1	54	60
98	3	2	3	2	2	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	56	60
99	4	3	1	2	2	2	2	3	1	2	3	3	1	1	3	1	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	48	60
100	4	4	2	3	2	3	2	4	2	2	3	3	1	3	3	2	3	2	2	3	3	1	2	2	1	2	64	60
101	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	65	60
102	4	2	2	3	2	1	2	1	1	1	3	3	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	44	60
103	4	2	4	1	2	1	3	3	1	1	3	2	1	2	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	2	1	55	61
104	4	2	1	2	3	1	3	3	2	1	1	2	2	1	3	1	3	1	3	3	3	3	2	3	3	1	57	61
105	4	3	2	2	2	3	3	2	2	1	3	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	1	2	3	1	54	61
106	3	3	1	1	3	2	2	2	1	2	3	3	2	3	3	1	2	1	2	2	2	2	1	2	3	2	54	61
107	3	2	1	1	1	1	1	1	2	1	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	46	61
108	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	56	62
109	4	2	2	1	2	2	2	2	1	2	4	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	4	2	4	3	2	56	62
110	3	1	1	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	2	2	41	62

111	4	2	3	1	1	2	2	1	1	2	3	2	1	1	2	2	3	2	1	2	1	2	2	2	3	2	50	62	
112	4	2	1	2	1	1	2	2	1	1	4	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	2	1	49	62	
113	3	3	3	1	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	1	3	2	59	62	
114	3	3	3	2	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	61	62	
115	4	1	2	4	1	1	2	4	1	1	4	3	1	1	1	1	4	1	4	1	1	1	1	1	1	3	4	53	63
116	4	2	4	2	2	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	57	63	
117	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2	2	2	2	1	4	2	3	2	63	63	
118	3	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	53	63
119	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	1	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	62	63	
120	4	3	1	1	1	2	2	2	1	2	3	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	52	64	
121	3	3	2	2	2	1	3	3	2	2	3	2	1	4	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	61	64	
122	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	61	65
123	3	1	4	2	1	1	2	2	1	2	3	3	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	4	2	50	65	
124	4	4	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	1	1	2	2	1	1	2	3	2	4	2	2	3	3	60	65	
125	3	3	1	2	2	1	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	1	2	3	2	2	2	2	3	3	56	65	
126	4	3	1	1	1	2	1	1	1	4	3	1	1	1	2	1	1	4	1	1	2	2	1	2	2	2	46	65	
127	3	2	4	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	59	65	
128	4	2	2	3	3	2	2	3	1	3	2	2	2	1	3	2	2	2	4	2	2	3	3	3	3	4	2	64	66
129	4	3	1	2	4	3	4	4	2	3	3	3	2	3	4	3	2	3	3	2	2	2	3	2	4	2	73	66	
130	3	3	3	2	2	1	3	3	1	2	4	2	2	2	3	1	4	2	4	3	2	3	1	2	4	1	63	67	
131	3	3	2	1	2	1	3	2	1	3	1	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	1	53	68	
132	4	3	2	3	1	1	1	3	1	1	4	2	1	1	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	1	56	68
133	3	3	4	1	3	1	3	3	2	2	4	3	1	1	3	1	3	2	2	2	2	4	1	1	2	1	58	70	
134	3	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	3	57	73	
135	3	2	2	2	2	2	3	2	1	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	2	3	2	59	94	

Hasil uji validitas skala konformitas
Item-Total Statistics

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	.347	.682
x2	.462	.678
x4	-.575	.613
x6	.405	.664
x7	.575	.672
x8	-.591	.624
x9	-.517	.636
x10	-.664	.654
x11	-.400	.627
x13	.540	.659
x14	-.552	.633
x15	.489	.643
x16	.603	.636
x20	.404	.605
x21	.638	.685
x22	.546	.653
x24	.521	.657
x26	.643	.622
x27	.531	.644
x28	.642	.683
x30	.497	.664
x31	-.414	.600
x32	-.481	.660
x33	.539	.657
x35	-.632	.608
x36	.419	.691
x38	-.568	.631
x39	.565	.624

Hasil Uji validitas skala perilaku konsumtif

Item-Total Statistics

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y2	-.467	.710
y3	.527	.708
y4	.573	.709
y5	.508	.695
y6	.509	.668
y7	.457	.691
y8	.697	.680
y10	.486	.669
y11	.386	.683
y12	.325	.687
y13	-.535	.722
y15	.574	.697
y16	.690	.696
y19	.604	.695
y20	.518	.669
y23	.373	.683
y24	.694	.688
y25	.662	.691
y27	.681	.689
y28	.550	.692
y29	.415	.695
y30	.409	.695
y31	.539	.692
y36	.654	.707
y37	.503	.687
y38	.446	.692

Hasil Korelasi Penelitian
Correlations

		totalY	Total_X
totalY	Pearson Correlation	1	.316(**)
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	135	135
Total_X	Pearson Correlation	.316(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	135	135

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

