

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA PEMBELIAN PRODUK *ONLINE SHOP* PADA MAHASISWI ANGKATAN 2016 FIP UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA

Argo Setiawan

Jurusan Psikologi, FIP, Unesa, email: argosetiawan@mhs.unesa.ac.id

Abstrak

Internet adalah salah satu teknologi yang terus berkembang setiap saat. Kegiatan *online shop* dapat dilakukan dimana saja dikarenakan adanya kemudahan berinteraksi antara pedagang dan pembeli. Mahasiswa yang baru masuk ke dalam lingkungan kampus cenderung melakukan konformitas untuk beradaptasi. Penelitian ini menggunakan metode korelasional untuk mengetahui hubungan yang terdapat antar variabel. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan angket dengan pertanyaan tertutup. Metode menghitung data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan skor total. Validitas dari data yang diambil dihitung dengan *corrected item-total correlation*, sedangkan untuk reliabilitasnya menggunakan koefisien *Alpha Conbrach*. Untuk uji korelasi yang digunakan menggunakan uji Kears Pearson. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa angkatan 2016 sebanyak 100 mahasiswa yang tersebar di beberapa jurusan. Hasil dari penelitian ini mendapatkan score 0.728 yang artinya terdapat korelasi yang kuat antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam aktifitas melakukan belanja *online shop*.

Kata Kunci: konformitas, konsumtif, *online shop*.

Abstrack

The internet is one technology that continues to grow at any time. Online shop activities can be done anywhere due to the ease of integration between traders and buyers. Students who have just entered the campus environment tend to conform to adaptation. This study uses a correlational method to determine the relationships that exist between variables. The data collection method used in this study used a questionnaire with closed questions. The method of calculating the data used in this study uses a total score. The validity of the data taken is calculated by corrected item-total correlation, while for reliability it uses the Alpha Conbrach coefficient. For the correlation test used the Kears Pearson test. The subjects in this study were 100 female college students as many as 100 students spread across several majors. The results of this study get a score of 0.728 which means that there is a strong correlation between conformity and consumptive behavior in the activity of shopping for an online shop

Keywords: conformity, consumptive, *online shop*.

PENDAHULUAN

Kegiatan *online shop* dapat dilakukan dimana saja dikarenakan adanya kemudahan berinteraksi antara pedagang dan pembeli. Belanja melalui media internet sebagai pertukaran/aktivitas jual-beli yang dilakukan seorang konsumen melalui alat penghubung komputer sebagai dasarnya, dimana komputer konsumen terhubung dengan internet dan bisa berinteraksi dengan penjual atau toko maya yang menjual produk atau jasa melalui jaringan.

Konformitas adalah penyesuaian perilaku individu untuk menganut pada norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan yang menunjukkan bagaimana individu berperilaku (Baron & Byrne, 2001). Pendapat lain yaitu bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama disebut dengan konformitas.

Pada masa ini, *online shop* memberikan banyak kemudahan pada peminatnya dengan memberikan diskon diskon maupun bebas ongkos kirim sehingga pembeli dari

jasa ini merasa sangat diuntungkan karena diberikan potongan potongan harga pada barang yang dibelinya. Selain itu juga, kemudahan dalam melakukan *online shop* ini didukung oleh pembayaran yang bervariasi, diantara dapat ditransfer, bayar ditempat atau dapat melalui pihak ketiga, sehingga pengguna jasa ini tidak merasa takut untuk tertipu.

Perkembangan jasa jual beli melalui *online shop* telah merambah luas ke segala aspek dan jenis barang. Sebagai contoh, ada barang yang lumrah ditemui tokonya dimanapun seperti sepatu ataupun kaos, tetapi sekarang lebih mudah membeli lewat *online shop* karena dapat memilih dan juga tidak perlu ke berbagai tempat untuk tidak menemukan barang yang dicari.

Kemudahan yang diberikan di dukung dengan adanya aplikasi pendukung di *smartphone* sehingga mencari barang yang diinginkan mudah untuk dicari. Aplikasi aplikasi ini menawarkan banyak fitur seperti *online mall*, *online payment*, *online credit*, dan banyak lainnya. Adanya fitur kredit, bayar langsung, ataupun

lewat rekening bank ini mempermudah masyarakat untuk melihat-lihat barang yang dijual melalui pihak aplikasi

Perilaku membeli melalui media internet (*online shopping*) adalah proses membeli produk atau jasa melalui internet. Kekhasan dari proses membeli melalui media internet adalah ketika konsumen yang berpotensi membutuhkan beberapa barang atau jasa, mereka menggunakan internet dan mencari informasi-informasi yang berkaitan dengan barang atau jasa yang mereka butuhkan.

Dominasi usia remaja terutama mahasiswa dalam penggunaan internet sebagai sarana berkomunikasi dan berinteraksi membuat *online shop* menjadi salah satu kegiatan tidak lagi sulit. Lebih dari 4 juta pengguna internet usia 18-25 tahun melakukan kegiatan *online shop*. Mahasiswa sebagai salah satu konsumen *online shop* disebabkan oleh aktivitas mahasiswa masa kini yang tidak lepas dari internet. Kemudahan dalam mendapatkan barang yang diinginkan dapat menimbulkan perilaku konsumtif. Kemudahan yang diberikan oleh *Online shop* antara lain efisien waktu, efisien tenaga, kemudahan dalam pembayaran, dan tanpa harus bertatap muka pelanggan dapat membeli barang yang diinginkan.

Berdasarkan hasil survei yang telah peneliti lakukan di Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Surabaya terhadap mahasiswi angkatan 2016, saya menemukan bahwa 94% pernah melakukan pembelian produk secara *online*. Dan 90% melakukan pembelian produk secara *online* lebih dari sekali. Tren pembelian setiap tahunnya meningkat dimana para mahasiswi mulai melakukan pembelian dimulai pada 2012 dan meningkat terus pada setiap tahunnya.

Erikson (dalam Santrock, 2003) percaya pada tahap identitas dan kebingungan identitas, seorang remaja akan mencoba banyak hal untuk mengetahui jati diri mereka yang sebenarnya. Biasanya mereka akan melaluinya dengan teman-teman yang mempunyai kesamaan komitmen dalam sebuah kelompok. Hubungan mereka dalam kelompok tersebut sangat erat, sehingga mereka memiliki solidaritas yang tinggi terhadap sesama anggota kelompok.

Perilaku jual beli melalui *online shop* dipengaruhi oleh kelompok sosial, yaitu manusia sejak lahir mempunyai keinginan untuk menyatu dengan lingkungannya. Kelompok sosial ini sering disebut dengan kelompok acuan. Kelompok acuan ini akan berganti sesuai dengan lingkungan yang ditempati. Dalam melakukan penatuan dengan kelompoknya, manusia melakukan konformitas.

Budaya konsumtif yang mendarah daging khususnya di Indonesia pada saat ini bisa jadi merupakan dampak jangka panjang dari kebiasaan-kebiasaan hedonistik, atau mungkin juga terjadi akibat kurangnya rasa peduli sebagian besar masyarakat terhadap akibat negatif yang

ditimbulkan dari budaya tersebut. Dampak negatif dari mendarah dagingnya budaya konsumtif bisa dikatakan bercabang dan ikut mempengaruhi aspek-aspek lain dalam kehidupan masyarakat.

Salah satu efek konformitas adalah munculnya perilaku baru dalam kehidupan seseorang. Hal ini disebabkan karena ingin diterima oleh kelompok atau menghilangkan tekanan dari kelompok. Dalam hal pergaulan, konformitas dilakukan untuk diterima dan menghindari celaan dari kelompok sosial.

Konformitas dilakukan oleh orang untuk membaaur ataupun menghindari celaan dari kelompok. Perilaku konsumtif juga dapat timbul dari akibat konformitas ini sebagai sisi negatif. Mahasiswa yang masih dalam proses pencarian jati diri merasa perlu diterima oleh lingkungannya sehingga melakukan konformitas. Hal ini salah satunya berakibat pada kegiatan berbelanja lewat *online shop* untuk menjadikan dirinya tidak ketinggalan zaman.

Fenomena ini dapat ditelusuri bahwa perilaku yang timbul adalah karena adanya tekanan sosial ataupun keinginan untuk diterima dalam kelompok sosial sehingga mahasiswa melakukan konformitas terhadap kelompoknya. Akibatnya timbulah perilaku konsumtif dimana barang yang dibeli lewat *online shop* merupakan barang sekunder atau tidak terlalu dibutuhkan. Hal ini dikarenakan pembelian tidak didasari oleh keputusan yang rasional dan matang dan lebih mengutamakan penerimaan kelompok dan emosi.

Perilaku konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang tidak didasari pada pertimbangan yang rasional dan matang, melainkan sebagai pemenuhan perasaan senang ataupun emosi sesaat tanpa pertimbangan. Perilaku konsumtif menjadi dominan dalam perkembangan zaman khususnya pada saat ini dimana pembelian produk dapat dilakukan secara *online*. Faktor yang mempengaruhi perilaku adalah faktor lingkungan yang dapat memberikan pengaruh.

Menurut Baron (2005), konformitas adalah keadaan seseorang untuk mengikuti norma yang berlaku, untuk menyesuaikan diri dengan orang-orang disekitarnya. Konformitas dilakukan oleh seseorang untuk diterima oleh lingkungannya, baik untuk disukai maupun untuk menghilangkan tekanan sosial. Norma yang mempengaruhi konformitas dapat berupa secara eksplisit maupun implisit.

Seseorang yang melakukan konformitas biasanya menerima norma maupun keadaan sekitarnya sehingga mereka mengikuti keadaan yang berlaku. Keadaan ini dapat berupa norma yang sudah ada maupun norma baru yang tercipta. Dalam hal ini pembelian barang yang bersifat *online* adalah salah satu norma baru akibat kemajuan zaman.

Perilaku membeli produk secara *online* adalah perilaku tertentu pada kelompok tertentu. Hal ini menyebabkan norma ini tidak dianut oleh semua lapisan masyarakat. Dalam penelitian ini saya mencoba meneliti subjek yang melakukan perilaku konsumtif dalam pembelian barang melalui *online shop*

Dari pengetian diatas, peneliti membuat kerangka berpikir bahwa apabila seorang mahasiswi melakukan konformitas pada teman sebayanya/*peer group*, maka mahasiswi ini akan menerima norma baru yang dalam pandangan peneliti adalah melakukan pembelian barang melalui *online shop*. Setelah melakukan norma ini, mahasiswi mulai diterima oleh kelompoknya, kemudian mahasiswi ini akan melakukannya lagi agar terus dan atau agar lebih diterima oleh kelompok barunya

Lubis (dalam Lina dan Rasyid, 1997) menyebutkan ada tiga aspek dalam perilaku konsumtif, yaitu: Aspek pembeli impulsif adalah pembelian yang didasarkan pada dorongan dalam diri individu yang muncul tiba-tiba. Sedangkan aspek pembelian impulsif adalah spontanitas, kekuatan, kompulsi, intensitas, kegairahan dan stimulasi, ketidakpedulian akan akibat. Aspek pembelian tidak rasional adalah pembelian yang dilakukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesankan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode. Pendekatan ini diperkuat oleh Lubis (dalam Lina & Rasyid, 1997), mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional. aspek pembelian boros atau berlebihan adalah pembelian suatu produk secara berlebihan yang dilakukan oleh konsumen.

Tanda-tanda seseorang yang mengalami perilaku konsumtif yaitu : Impulsif, merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan di tempat pembelian. Tanpa memanfaatkan informasi yang ada seperti mempertimbangkan implikasi dan tindakan yang dibuat sebelum memutuskan untuk membeli. Non-Rational yaitu perilaku membeli yang tidak rasional. Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaannya terlebih dahulu. dalam konformitas terdapat tiga aspek, yaitu : Perilaku, konformitas sebagai perubahan perilaku atau kepercayaan menuju norma kelompok sebagai tekanan kelompok baik yang nyata maupun dibayangkan. Bila seseorang dihadapkan dengan pada pendapat yang telah disetujui oleh anggota kelompok lainnya, maka tekanan yang dihasilkan oleh mayoritas akan menimbulkan konformitas pada minoritas. Semakin besar kepercayaan seseorang

pada kelompok, maka makin besar kemungkinan untuk menyesuaikan diri terhadap kelompok. Melalui persuasi, ancaman, pengasingan, hukuman langsung, kelompok menekan anggotanya untuk menyesuaikan diri. Penampilan, individu yang tidak mau mengikuti apa yang berlaku dalam kelompok akan menanggung resiko mengalami akibat yang tidak menyenangkan. Peningkatan konformitas ini terjadi karena anggota engga disebut sebagai orang yang menyimpang atau terasingkan. Padangan, individu juga mempertanyakan padangan orang tentang dirinya, sehingga individu harus mempunyai gaya atau ciri khas tersendiri baik dari perilaku, pandangan maupun penampilan yang dapat diperoleh dari teman-temannya. Adanya perbedaan ciri yang dimiliki dengan individu lain secara individu tersebut merasa ada ciri khas yang dimilikinya.

Menurut Sandtrock (2008) aspek-aspek konformitas ada dua yaitu penyamaan perilaku dengan perilaku kelompok dan perilaku standar kelompok. Penyamaan perilaku dengan perilaku kelompok, adanya kebutuhan yang besar bagi individu untuk mendapatkan pengakuan dan penerimaan dari kelompok membuat individu akan berusaha untuk tidak berbeda dengan kelompoknya. Perilaku standar kelompok, norma yang berlaku dan informasi yang diperoleh dari kelompok menjadi standar individu untuk berperilaku dalam kelompok. Ada tuntutan yang dirasakan individu dalam kelompok ketika mengetahui informasi dan norma yang berasal dari kelompok. Tuntutan ini menjadi tekanan yang bersifat imajiner ataupun nyata dari individu. Dikatakan tekanan imajiner karena tekanan dari kelompok sebenarnya merupakan interpretasi dari aturan-aturan tidak tertulis yang berlaku dalam kelompok

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dibuat, dapat disusun rumusan masalah yang akan diteliti yaitu apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap pembelian produk melalui *online shop* yang peneliti lakukan di Universitas Negeri Surabaya. Berdasarkan uraian rumusan masalah yang telah di buat, maka tujuan secara umum yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap pembelian produk melalui *online shop*

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Kuantitatif adalah jenis pendekatan yang ditinjau dari paradigma yang menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisa data dengan prosedur statistik. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan korelasional, yaitu menyelidiki sejauh

mana variasi variabel berkaitan dengan variasi pada variabel lainnya berdasarkan koefisien korelasi.

Menurut Arikunto (2006) populasi adalah keseluruhan subjek dalam penelitian. Jika seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa angkatan 2016 FIP Unesa sedangkan untuk sampel dari penelitian ini adalah 14 mahasiswi dari masing-masing jurusan dari angkatan 2016

Pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah salah satu teknik pengambilan sampel yang sering digunakan dalam penelitian. secara bahasa yaitu berarti sengaja. Jadi, *purposive sampling* berarti teknik pengambilan sampel secara sengaja

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan teknik angket karena dengan menggunakan angket, penelitian dapat mengungkap konformitas dan perilaku konsumtif subjek dengan memberikan pertanyaan tertutup pada angket. Skala pengukuran yang digunakan pada penelitian ini adalah skala likert. Menurut Azwar (2013) Skala likert adalah skala pengukuran yang terdiri dari pertanyaan (F) dan (UF) dengan lima alternatif jawaban, yaitu; (1) sangat setuju, (2) setuju, (3) netral, (4) tidak setuju, (5) sangat tidak setuju.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah instrumen yang disusun berdasarkan aspek-aspek yang saya rangkum dari definisi-definisi yang telah saya sebutkan. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur perilaku konsumtif dalam penelitian ini berdasarkan aspek yang disebut kan oleh Lina dan Rasyid (1997).

Skala perilaku konsumtif dikembangkan oleh peneliti berdasarkan aspek dari Lubis (dalam Lina dan Rasyid, 1997). Skala dalam penelitian ini menggunakan skala interval dan di sajikan dalam bentuk pernyataan-pernyataan.

Dalam penelitian ini, validitas yang digunakan adalah validitas konstruk. Metode ini dilakukan dengan mengkorelasi skor-skor pada setiap item dengan skor total (*corrected item-total correlation*). Validitas konstruk adalah suatu teknik uji validitas untuk instrument yang digunakan untuk mengukur gejala sesuai dengan yang didefinisikan. Menurut Azwar (2008), batas minimal koefisien korelasi pada indeks validitas untuk item total correlation yang digunakan yaitu $r \text{ hitung} \geq 0,30$, maka aitem dinyatakan valid. Untuk mempermudah hitungan peneliti menggunakan bantuan program SPSS versi 21.0 for Windows.

Arikunto (2006) menjelaskan bahwa reliabilitas menunjukkan bahwa instrument yang hendak diuji dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat untuk pengumpulan data. Reliabel suatu aitem dilihat dari taraf

keajegan (konsistensi) skor yang diperoleh dari subjek yang diukur dengan alat ukur yang sama. dengan kata lain suatu alat ukur yang reliabel adalah alat ukur yang dapat digunakan untuk mengukur subjek yang lain menghasilkan hasil yang sama

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan teknik *korelasi product moment* (Karl Pearson), yaitu untuk mengetahui keeratan suatu hubungan antara dua variabel atau lebih

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini responden yang diambil sebagai sampel adalah Mahasiswi angkatan 2016 di Fakultas Ilmu Pendidikan Surabaya. Responden yang digunakan sebagai obyek penelitian adalah sebesar 100 Orang. Berdasarkan data dari 100 responden yang melakukan belanja online atau melalui media sosial, melalui daftar pertanyaan didapat kondisi responden tentang jenis kelamin, umur, dan pendidikan terakhir.. Penggolongan yang dilakukan kepada responden dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara jelas dan akurat mengenai gambaran responden sebagai obyek penelitian.

Uji Normalitas adalah sebuah uji yang dilakukan dengan tujuan untuk menilai sebaran data pada sebuah kelompok data atau variabel, apakah sebaran data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Untuk menguji distribusi data pada penelitian yang telah dilakukan, peneliti menggunakan *test of normality Kolmogorow-Smirnow* dengan melihat pada hasil perhitungan SPSS versi 21.0 for Windows. Adapun distribusi data pada variabel ini adalah 0,733 dan 0,547 $> 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data diatas berdistribusi normal

Uji linieritas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier. uji linieritas bertujuan untuk mengetahui korelasi atau hubungan dari variabel yang hendak diteliti. *Test for lincarity* pada pengujian ini menggunakan taraf signifikan 0,05. Peneliti dalam penelitian ini, perhitungan uji linieritas menggunakan bantuan program SPSS versi 21.0 for Windows. Adapun nilai uji linieritas sebesar 0,563. Karena nilai Sig. 0,563 $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak dan hipotesis peneliti yang diterima, artinya terdapat hubungan linier variabel konformitas dengan variabel konsumtif.

Peneliti dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis, peneliti menggunakan teknik *korelasi product moment* (Karl Pearson), yaitu untuk mengetahui keeratan suatu hubungan antara dua variabel atau lebih. Adapun hasil dari uji hipotesis penelitian ini 0,728. Dari kriteria tersebut, maka apabila hasil uji korelasi Pearson memiliki nilai diatas 0,05 maka hipotesis awal diterima atau terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap pembelian barang melalui *online*

shop, namun apabila hasil uji korelasi Pearson nilainya kurang dari 0,05 maka hipotesis peneliti ditolak atau tidak ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap pemberian barang melalui *online shop*

Peneliti disini mengartikan bahwa mahasiswi yang berada di lingkungan baru kemudian menerima norma baru dari lingkungannya yaitu melakukan pembelian melalui *online shop*, akan melakukan norma baru tersebut sebagai bentuk konformitas, kemudian akan melakukan norma itu lagi sebagai bentuk penguatan, sehingga norma ini akan berubah menjadi nilai konsumtif apabila hanya dengan tujuan untuk diterima oleh kelompok barunya/*peer group*

Peneliti dengan mengangkat faktor eksternal yaitu kelompok sosial atau referensi sebagai variable karena pada usia subjek yaitu 18-20 tahun adalah masa dewasa awal. Masa ini menurut Erik Erikson (2010) adalah masa pencarian identitas atau kekacauan identitas. Peneliti memaknai ini sebagai munculnya konformitas karena subjek adalah mahasiswa baru yang berada di lingkungan baru yaitu lingkungan perkuliahan. Lingkungan perkuliahan yang ditemui oleh mahasiswi ini jelas berbeda dari segi manusia yang berada didalam lingkungan tersebut. Hal ini menyebabkan mahasiswi harus berbaur kembali kepada lingkungannya yang baru

Baron & Byrne (2001) mengatakan bahwa bila seseorang menampilkan perilaku tertentu karena disebabkan oleh karena orang lain menampilkan perilaku tersebut disebut konformitas. Konformitas adalah penyesuaian perilaku individu untuk menganut pada norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan yang menunjukkan bagaimana individu berperilaku (Baron & Byrne, 2001).

Peneliti dengan hasil yang telah didapat dari penelitian ini mencoba menarik asumsi yang telah dipertimbangkan dengan teori yang telah dijelaskan. Menurut peneliti, mahasiswi yang telah menginjak masa dewasa awal, akan melakukan konformitas untuk menyelesaikan tugas perkembangannya yaitu menemukan identitasnya di lingkungan terkait subjek peneliti

Subjek yang merupakan mahasiswi baru akan mencoba untuk membaur dengan lingkungan barunya, subjek ini akan menerima norma-norma baru dari lingkungannya. Norma yang dimaksud oleh peneliti adalah tindakan melakukan pembelian melalui *online shop*

Subjek menerima norma ini kemudian akan melakukan norma tersebut sebagai bentuk ketaatan terhadap kelompok agar subjek dapat diterima oleh kelompoknya tersebut. Peneliti disini berasumsi kelompok memberikan respon *positive* sehingga subjek merasa bahwa melakukan norma tersebut adalah cara efektif untuk diterima oleh kelompok tersebut

Asumsi subjek ini kemudian membuat subjek menjadi impulsif dan mengulangi tindakan sebelumnya dengan tujuan mendapat respon *positive* lagi. Tindakan berulang dan impulsif inilah yang mendasari perilaku konsumtif yang dimaksud oleh peneliti

Pembelian yang dilakukan selanjutnya atau pengulangan norma ini yang menjadi pembelian yang tidak didasarkan oleh alasan rasional. Hal ini menyebabkan subjek menjadi konsumtif menurut peneliti.

Asumsi ini terbukti dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan hasil yang telah dijelaskan. Peneliti menyimpulkan, maka apabila mahasiswi mencoba untuk berkonformitas pada kelompok barunya, yang memiliki norma baru yaitu pembelian melalui *online shop*, akan melakukan tindakan berulang dengan tujuan diterima sebagai bagian dari kelompok, hal ini yang menyebabkan subjek menjadi konsumtif

Penelitian ini dapat diimplikasikan terhadap mahasiswi baru agar lebih *aware* terhadap perilaku yang dilakukan untuk berkonformitas di lingkungan barunya agar perilaku konsumtif tidak terjadi karena dapat merugikan mahasiswi itu sendiri. Penelitian ini bermaksud untuk membuka wawasan subjek dan mahasiswi lainnya

Penelitian ini dapat digunakan oleh penelitian selanjutnya yang mempunyai variabel sama. Penelitian ini juga dapat sebagai rujukan untuk penelitian yang berkaitan dengan konformitas, konsumtif, serta perkembangan pada masa dewasa awal.

Batasan penelitian yang dialami peneliti adalah tidak adanya kekhawatiran barang yang dibeli, tujuan membeli selain dari untuk konformitas yang dibahas secara mendalam, batasan *peer group* dari subjek, jumlah batasan antara konsumtif dan tidak konsumtif, kekuatan ekonomi dari subjek, serta alasan subjek dalam membeli dari *online shop*

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data, penelitian ini berhasil menjawab fenomena yang peneliti telusuri. Penelitian ini dapat diketahui bahwa nilai *r* Pearson Correlation sebesar 0,728 dengan Sig. 0.002. Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi antara konformitas dengan konsumtif yang bersifat hubungan positif

Dari penjelasan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas maka akan semakin konsumtif, sebaliknya jika semakin rendah konformitas maka semakin rendah konsumtif pada mahasiswi angkatan 2016

Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah peneliti tarik dari kesimpulan, peneliti menyarankan untuk mahasiswi 2016 untuk lebih mengurangi konformitas terhadap kelompoknya. Saran ini saya berikan agar mahasiswi 2016 mengurangi intensitas pembelian produk apapun dari *online shop* yang keputusan pembelian dipengaruhi oleh konformitas atau pembelian barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan diri

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Baron, R.A., & Byrne, D. 2005. *Psikologi Sosial. Jilid II Edisi Kesepuluh (terjemahan Djuwita, R)*. Jakarta: Erlangga

Lina Dan Rosyid. (1997). *Perilaku Konsumtif Berdasarkan Locus Of Control Pada Remaja*, dalam Jurnal Psikologika No.4 Thn II 1997.

Santrock, J.W. (2003). *Adolescence Perkembangan Remaja*. Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga

