

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

NASKAH PUBLIKASI



Oleh:

LITA HIDAYATI
F. 100 060 178

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Yang diajukan oleh :

LITA HIDAYATI
F. 100 060 178

Telah disetujui untuk dipertahankan
Di depan Dewan Penguji Skripsi

Telah disetujui oleh :

Pembimbing Utama



Dr. Yadi Purwanto, MM

Tanggal 06 April 2015

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI DI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

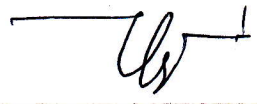
LITA HIDAYATI
F. 100 060 178

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 13 April 2015

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Penguji Utama

Dr. Yadi Purwanto, MM



Penguji Pendamping I

Rini Lestari, S.Psi, M.Si



Penguji Pendamping II

Drs. Soleh Amini, M.Si



Surakarta, Mei 2015

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan



(Taufik, S.Psi, M.Si, PHD)

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

Lita Hidayati
Yadi Purwanto
yoe_lha@yahoo.com
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstraksi

Belanja menjadi salah satu aktivitas manusia, yaitu dengan membeli sesuatu baik barang maupun jasa. Banyaknya orang berbelanja membuat para produsen mendirikan *mall-mall* untuk menjual hasil produknya. Hal yang menarik dari menjamurnya *mall-mall* di Surakarta adalah perilaku belanja para mahasiswa. Mahasiswa menjadi subjek yang konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. (2) Peran konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa. (3) Tingkat konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas psikologi di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Ciri sampel dalam penelitian ini adalah : Mahasiswa angkatan 2012 dan angkatan 2013. Alasan digunakannya mahasiswa UMS karena berdasarkan hasil pengamatan dan observasi bahwa sebagian besar mahasiswa UMS cenderung melakukan perilaku konsumtif. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 61 mahasiswa dari berbagai fakultas di UMS. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive non random sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah skala. Adapun metode analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis yang diajukan yaitu dengan teknik *product moment* dari Pearson

Berdasarkan hasil pembahasan tentang konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa, hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Ada hubungan positif sangat signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. (2) Peran konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa sebesar 36,4%. Hal ini berarti masih terdapat beberapa variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 63,6%. Variabel lain tersebut misalnya motivasi, konsep diri, gaya hidup lingkungan keluarga, atau media sosial. (3) Tingkat konformitas termasuk kategori rendah dan perilaku konsumtif pada mahasiswa termasuk sedang.

Kata kunci : Konformitas dan Perilaku Konsumtif

PENDAHULUAN

Belanja menjadi salah satu aktivitas manusia, yaitu dengan membeli sesuatu baik barang maupun jasa. Semua orang pasti akan berbelanja untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Banyaknya orang berbelanja membuat para produsen mendirikan *mall-mall* untuk menjual hasil produknya. Banyaknya *mall-mall* yang didirikan pengusaha telah merubah kebiasaan masyarakat dalam berbelanja. Awalnya masyarakat hanya mengkonsumsi barang untuk kebutuhan produksi dan konsumsi yang cukup. Namun sekarang hampir semuanya masyarakat lebih suka mengkonsumsi segala sesuatunya dengan berlebihan.

Keberadaan *mall* yang menjamur membawa dampak perubahan perilaku konsumtif bagi konsumen. Yuliati (2008) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan tindakan mengkonsumsi segala sesuatu yang mengacu pada keinginan dan kesenangan semata, tanpa melihat tingkat urgencitas. Konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang

sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal. Perilaku konsumtif pada seseorang tidak ada lagi pertimbangan rasional dalam menggunakan konsumsi untuk kebutuhan semata, bukan kebutuhan (Prawono, 2005).

Hal yang menarik dari menjamurnya *mall-mall* di Surakarta adalah perilaku belanja para mahasiswa, mahasiswa menjadi subjek yang konsumtif. Mahasiswa termasuk ke dalam golongan dewasa awal atau remaja. Di sisi lain tidak dipungkiri bahwa hadirnya *mall* membawa kemudahan dan kenyamanan bagi mahasiswa untuk memenuhi kebutuhannya. Seharusnya, mahasiswa mampu mengendalikan dalam berbelanja sesuai dengan kebutuhan, mengingat sebagian besar mahasiswa dalam biaya kuliah dan hidup masih ditanggung orangtua. Akan tetapi pada kenyataan, banyak mahasiswa yang tidak mampu mengontrol dirinya saat berbelanja.

Hal tersebut dapat terjadi berdasarkan pendapat Rosandi (2004) bahwa pada usia remaja terbentuk pola konsumsi yang kemudian dapat

berkembang menjadi perilaku konsumtif. Menurut para sosiolog dan psikolog sosial, remaja adalah konformis, terutama dalam hal pakaian dan penampilan dalam kelompok, sehingga remaja cenderung untuk berperilaku konsumtif agar dapat berpenampilan seperti kelompoknya. Masa remaja adalah masa saat pola konsumsi seseorang terbentuk. Di samping itu, remaja biasanya mudah terbujuk rayuan iklan, suka ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros dalam menggunakan uangnya. Sifat-sifat remaja inilah yang dimanfaatkan oleh sebagian produsen untuk memasuki pasar remaja. Perilaku konsumsi mahasiswa berubah, dari hanya membeli kebutuhan primer, yang sangat dibutuhkan, menjadi kebutuhan lain yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh mahasiswa, ditemukan tujuh orang berperilaku konsumtif dan tiga orang tidak berperilaku konsumtif. Hasil wawancara dengan tiga mahasiswa pada tanggal 23 September 2013 dapat diketahui bahwa mahasiswa membeli suatu

barang bukan berdasarkan kebutuhan, melainkan karena ikut-ikutan teman dan karena mengikuti perkembangan mode. Dengan demikian dapat diketahui bahwa faktor yang mempengaruhi mahasiswa bersikap konsumtif karena faktor pengaruh kelompok teman sebaya dan kepribadian.

Pengaruh teman sebaya atau konformitas dijelaskan oleh Santrock (2003) muncul ketika individu meniru sikap atau tingkah laku orang lain dikarenakan tekanan yang nyata maupun yang dibayangkan oleh individu. Pengaruh sosial (kelompok) di mana individu mengubah sikap dan tingkah laku individu agar sesuai dengan norma sosial dalam kelompoknya. Konformitas banyak dilakukan oleh remaja putri dibanding dengan remaja putra. Penelitian Zebua dan Nurdjayadi (2001) menemukan bahwa remaja putri lebih konform terhadap kelompoknya dibandingkan dengan remaja putra. Hal ini disebabkan karena besarnya keinginan untuk menjaga harmonisasi, mencapai persetujuan dan penerimaan sosial.

Berdasarkan latar belakang dan uraian-uraian di atas, terdapat

permasalahan perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswi. Perilaku konsumtif mahasiswi perlu mendapat perhatian, karena mahasiswi penting untuk membelanjakan uangnya secara tepat. Di sisi lain mahasiswi dalam berperilaku cenderung mengikuti sikap dan pendapat dalam kelompok atau konformitas. Apabila kecenderungan mengikuti perilaku kelompok dibiarkan berdampak pada sikap mahasiswa yang tidak memiliki tujuan khusus untuk dirinya sendiri. Atas dasar permasalahan ini, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu apakah konformitas mempunyai hubungan dengan perilaku konsumtif. Oleh sebab itu, judul dalam penelitian ini: “Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Surakarta.”

LANDASAN TEORI

Perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan materialistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar

pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata (Prawono, 2005). Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang bukan untuk mencukupi kebutuhan tetapi untuk memenuhi keinginan, yang dilakukan secara berlebihan sehingga menimbulkan pemborosan dan inefisiensi biaya. Kata konsumtif mempunyai arti boros, makna kata konsumtif adalah sebuah perilaku yang boros, yang mengansumsi barang atau jasa secara berlebihan (Sukari, dkk., 2013).

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku membeli dimana individu mengkonsumsi barang dan jasa secara berlebihan, yang tidak lagi didasarkan atas pertimbangan rasional serta lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan hanya untuk mencapai kepuasan maksimal dan kesenangan saja sehingga menimbulkan pemborosan. Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Sukari, dkk., (2013) pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan. Semakin tinggi skor perilaku konsumtif maka semakin

tinggi pula perilaku pada subjek atau sebaliknya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup, kartu kredit, demografi, status sosial, keluarga, media sosial.

Konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada (Baron dan Byrne, 2005). Zebua dan Nurdjayadi (2001) menyatakan bahwa 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. Sedangkan Surya (1999) menyatakan konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau yang dibayangkan. Konformitas adalah sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melaksanakan hal yang sama. Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju

(norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau yang dibayangkan orang dalam kelompok mengatakan atau melaksanakan hal yang sama.

Item-item skala konformitas disusun sendiri oleh peneliti dan belum pernah digunakan sebelumnya. Penyusunan skala ini berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Baron dan Byrne (2005) yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional. Semakin tinggi skor konformitas yang diperoleh subjek, maka konformitas yang dimiliki subjek juga tinggi atau sebaliknya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas secara garis besar terbagi menjadi dua faktor yaitu faktor situasional dan faktor personal. Faktor situasional meliputi kejelasan situasi, konteks situasi, cara menyampaikan penilaian, karakteristik sumber pengaruh, ukuran kelompok, dan tingkat kesepakatan kelompok. Faktor personal meliputi usia, jenis kelamin, stabilitas emosi, otoritarianisme, kecerdasan, motivasi, dan harga diri.

Hipotesis dalam penelitian ini, yaitu ada hubungan positif antara

konformitas dengan perilaku konsumtif. Artinya, subjek yang memiliki konformitas tinggi, maka perilaku konsumtif juga tinggi. Sebaliknya, semakin rendah konformitas subjek maka perilaku konsumtif semakin rendah.

METODE PENELITIAN

Hadi (2007) menyatakan bahwa populasi adalah keseluruhan individu yang ingin diselidiki dan paling sedikit mempunyai sifat dan ciri-ciri yang sama. Azwar (2001) berpendapat bahwa populasi merupakan seluruh penduduk yang dimaksudkan untuk diselidiki sebagai kelompok subjek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswi fakultas psikologi di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Ciri sampel dalam penelitian ini adalah :1) Mahasiswi di Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2) Mahasiswi fakultas psikologi. 3) Mahasiswi angkatan 2012 dan angkatan 2013.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang harus mempunyai paling sedikit satu sifat sama. Teknik

adalah cara atau teknik yang digunakan untuk mengambil sampel. Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive non random sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan karakteristik yang sudah diketahui oleh peneliti (Hadi, 2007).

Alasan menggunakan teknik korelasi *product moment* adalah karena di dalam penelitian ini hanya ada dua variabel yang terlibat yang masing-masing bergejala interval dan ingin dicari korelasi antara dua variabel yaitu variabel bebasnya konformitas dan variabel tergantung adalah perilaku konsumtif. Asumsi-asumsi yang harus dipenuhi yaitu mencakup normalitas sebaran serta linearitas hubungan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian diperoleh r sebesar 0,603 dengan $p = 0,000$ ($p < 0.01$) yang berarti ada hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Maksudnya, semakin tinggi konformitas, maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah konformitas, maka

semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswi fakultas psikologi di UMS.

Hasil penelitian tersebut mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Zulfitriyah (2007), dengan kesimpulannya yaitu terbukti bahwa hipotesis penelitian ini diterima, adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada remaja putri. Semakin tinggi konformitas semakin tinggi pula perilaku konsumtif terhadap produk kometik pada remaja putri.

Sarwono (1999) menyatakan bahwa konformitas adalah kesesuaian antara perilaku individu dengan perilaku kelompoknya atau perilaku individu dengan harapan orang lain tentang perilakunya. Konformitas terjadi karena seseorang menyesuaikan perilakunya dengan perilaku kelompoknya atau norma yang ada. Konformitas pada remaja tampaknya memang dipengaruhi oleh keinginan yang kuat untuk memelihara harmonisasi dan memperoleh dukungan emosi dalam menjalin persahabatan.

Masa dewasa awal yang masih mempunyai karakteristik mudah dipengaruhi oleh kelompok teman sebaya (Hurlock, 2004). Salah satu pengaruh teman sebaya bagi remaja adalah dalam hal perilaku membeli. Bagi remaja, penerimaan teman sebaya menjadi hal yang penting. Hal ini tampaknya tidak terlepas dari keinginan remaja untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan teman-temannya dan agar dapat diterima sebagai bagian dari kelompok. Sebagai contoh remaja yang ingin mengikuti tren atau mode pakaian seperti yang dipakai teman-teman sebayanya. Remaja tersebut kemudian membeli sesuatu yang tidak dibutuhkan. Akibatnya remaja terdorong untuk berperilaku konsumtif karena mereka ingin agar penampilan mereka sama dengan teman sebaya dan diterima sebagai kelompok.

Konformitas menurut Baron dan Byrne (2005) dapat diungkap melalui pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional. Setiap kelompok dalam kehidupan sosial memiliki norma-norma tertentu untuk para anggota kelompok dan anggota

berusaha untuk mengikuti norma-norma tersebut agar dapat diterima dalam kelompoknya. Di dalam kelompok selalu ada informasi yang diterima oleh para anggotanya.

Adanya norma dan informasi yang terjadi dalam kelompok berpengaruh terhadap perilaku anggota kelompok termasuk dalam bertindak secara impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan. Tindakan impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan merupakan aspek-aspek untuk mengungkapkan perilaku konsumtif. Konformitas dalam diri individu cenderung mengikuti norma dan menerima informasi mengenai suatu barang berpengaruh terhadap perilaku individu untuk membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba atau keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional, sehingga memungkinkan individu melakukan pemborosan, yaitu perilaku yang menghambur-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.

Individu melakukan pemborosan dengan tujuan untuk mencari kesenangan.

Ada hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif tersebut di atas dijelaskan oleh Zebua dan Nurdjayadi (2001) bahwa nilai korelasi yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif, dapat diungkapkan salah satu faktor yang turut berperan dalam pembentukan perilaku konsumtif adalah konformitas. Semakin konform seorang remaja dalam kelompoknya, maka semakin mudah dipengaruhi untuk berperilaku konsumtif. Konformitas pada remaja putri lebih mudah terjadi karena mereka lebih mudah dipengaruhi. Remaja putri memang cenderung lebih mudah dipengaruhi dalam beberapa hal, baik dalam berteman dan dalam hal mengambil keputusan, termasuk membeli.

Tingkat konformitas termasuk kategori rendah. Hasil kategori empiris data penelitian menunjukkan tingkat konformitas subjek penelitian secara umum berada pada kategori rendah (47,5%). Selain itu sebagian besar responden penelitian tidak

mudah dipengaruhi dalam konformitas. Seperti yang diutarakan oleh 4 responden penelitian saat diwawancarai diperoleh jawaban yang hampir sama bahwa responden sebagai anak kost perlu hidup hemat dan saat membeli barang disesuaikan dengan kebutuhan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Sears dan Peplau (2001) bahwa pada dasarnya, orang menyesuaikan diri karena alasan untuk memperoleh informasi yang bermanfaat bagi diri individu. Hurlock (2004) menjelaskan dalam teori perkembangan remaja akhir. Pada usia awal remaja konformitas cenderung meningkat, stabil pada pertengahan usia remaja dan menurun pada akhir masa remaja atau masa dewasa awal.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rosandi (2004) menunjukkan bahwa pada remaja akhir atau dewasa awal konformitas mulai menurun. Hal ini seiring dengan perkembangan kognisi dan emosi remaja yang semakin matang, maka remaja kemudian mampu menentukan perilaku atau nilai yang sesuai dengan diri remaja itu sendiri. Menurunnya konformitas pada remaja juga ditunjukkan dengan adanya keinginan

untuk berbeda dengan teman atau kelompok sebayanya (Hurlock, 2004). Tingkat konformitas yang rendah menunjukkan bahwa remaja dapat memberikan keputusan tanpa takut ditolak oleh kelompok.

Perilaku konsumtif pada mahasiswi termasuk sedang berdasarkan hasil statistik kategori perilaku konsumtif tergolong sedang sebanyak 31 responden atau 50,8% dan hasil wawancara dengan 4 responden diketahui bahwa hidup hemat diperoleh dari lingkungan keluarga. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Rosandi (2004) bahwa Keluarga mempunyai pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukan keyakinan dan berfungsi langsung dalam menetapkan keputusan konsumen. Gaya hidup seorang remaja dapat dicerminkan dari kegiatan suatu keluarga dalam kehidupan sehari-hari. Seorang ibu yang sering mengajak anaknya untuk makan di luar akan mempengaruhi kebiasaan seorang anak dalam bersikap.

Sukari dkk., (2013) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif pada remaja akhir adalah sebuah masalah bagi kehidupan yang dikemudian hari didalam kehidupan masyarakat dan khususnya pada remaja, karena cenderung para remaja tidak menanamkan sifat untuk hidup hemat, dan sifat produktif, dari hidup berperilaku konsumtif yang berlebihan akan mengakibatkan hal yang lebih besar nilai negatif contohnya antara lain :

1. Sifat boros, yang hanya menghambur-hamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata.
2. Kesenjangan atau ketimpangan sosial, artinya dikalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka didalam lingkungannya dia berada.
3. Tindakan kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya.
4. Akan memunculkan orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang

melainkan hanya memakai dan membelanjakan.

Kelemahan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Skala penelitian merupakan skala yang dibuat oleh orang lain, sehingga peneliti mengalami kesulitan saat memasukkan pernyataan dalam *blue print* sesuai aspek-aspeknya.
2. Peneliti dalam mengumpulkan data menggunakan dua cara yaitu ditunggu dan meminta bantuan kepada salah satu pengurus Unit Kegiatan Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, sehingga ada kemungkinan jawaban subjek terkesan asal-asalan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan tentang konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswi, hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut: (1) Ada hubungan positif sangat signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. (2) Peran konformitas terhadap perilaku

konsumtif pada mahasiswi sebesar 36,4%. Hal ini berarti masih terdapat beberapa variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 63,6%. Variabel lain tersebut misalnya motivasi, konsep diri, gaya hidup lingkungan keluarga, atau media sosial. (3) Tingkat konformitas termasuk kategori rendah dan perilaku konsumtif pada mahasiswi termasuk sedang.

Mengingat hasil penelitian untuk perilaku konsumtif pada mahasiswi termasuk tingkat sedang, maka disarankan bagi para pihak terkait, yaitu sebagai berikut:

Bagi subjek penelitian disarankan untuk menurunkan perilaku konsumtif, dengan cara sebagai berikut: bagi mahasiswa disarankan untuk mempertahankan dan tetap mengontrol perilaku membelinya agar tidak terjebak dalam perilaku konsumtif. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan mempertahankan harga dirinya dan menjadi pribadi yang mandiri. Menerima diri dengan segala kelebihan dan kekurangannya yang kemudian dikembangkan dengan mengikuti berbagai kegiatan yang

dapat memfasilitasi untuk aktualisasi diri seperti mengikuti kegiatan di luar perkuliahan pada klub basket, klub pecinta alam, dan lainnya.

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini mempunyai kelemahan, yaitu dalam membuat skala dan saat pengumpulan data. Kelemahan dalam membuat skala dipengaruhi oleh keterbatasan peneliti, sehingga peneliti menggunakan skala yang pernah dilakukan oleh peneliti lain. Disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk membuat skala sendiri yang memungkinkan hasil menjadi lebih baik. Kelemahan peneliti dalam mengumpulkan data karena saat penyebaran ada yang ditunggu oleh peneliti dan tidak ditunggu dengan bantuan teman untuk mengumpulkan data. Oleh sebab itu bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk menunggu saat penyebaran skala, sehingga hasil perolehan data lebih akurat.

Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk melakukan penelitian dengan tema yang sama, disarankan untuk mencermati konformitas terkait usia remaja dimana konformitas mulai menurun seiring perkembangan

kognisi dan emosi remaja yang semakin matang, maka remaja kemudian mampu menentukan perilaku atau nilai yang sesuai dengan diri remaja itu sendiri. Menurunnya konformitas pada remaja juga ditunjukkan dengan adanya keinginan untuk berbeda dengan teman atau kelompok sebayanya. Tingkat konformitas yang rendah menunjukkan bahwa remaja dapat memberikan keputusan tanpa takut ditolak oleh kelompok. Selain itu, juga perlu mencermati faktor-faktor lain yang diduga turut berperan dan mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja putri. Faktor-faktor tersebut antara lain faktor gaya hidup, hadirnya iklan, kartu kredit, faktor kebudayaan dan kebudayaan khusus, kelas sosial, kelompok sosial dan referensi, keluarga, serta kepribadian dan konsep diri. Peneliti lain selanjutnya dapat melakukan penelitian tidak terbatas pada remaja putri saja akan tetapi juga pada remaja putra.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. 2001. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bailey, J.A. 2003. Self- Image, Self- Concept, and Self Identity Revisited. *Journal Psychological..* Vol. V. No. 8. Page. 79-97.
- Baron, R. A dan Bryne, D. 2005. *Psikologi Sosial Jilid 2* (penerjemah : Djuwita, R, dkk). Jakarta : Erlangga.
- Hadi, S. 2007. *Statistik 3*. Yogyakarta : Andi Offset
- Hurlock, E. B. 2004. *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (penerjemah : Wasana, J). Jakarta : Erlangga.
- Prawono, I.Y. 2005. Perbedaan Perilaku Konsumtif untuk Produk Fashion Antara Remaja Putra dan Putri. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Jakarta: Universitas Atma Jaya.
- Rosandi, A.F. 2004. Perbedaan Perilaku Konsumtif Antara Mahasiswa Pria dan Wanita di Universitas Katolik Atma Jaya. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Jakarta: Fakultas Psikologi Universitas Atma Jaya.
- Sarwono, S.W. 1999. *Psikologi Sosial : Psikologi Kelompok dan*

Psikologi Terapan. Jakarta :
Balai Pustaka.

Sukari, Larasati, A., Mudjijono, dan
Susilantin, E. 2013.
*Perilaku Konsumtif Siswa
SMA di DIY*. Yogyakarta:
Balai Pelestarian Nilai
Budaya (BPNB).

Surya, F. A. 1999. Perbedaan Tingkat
Konformitas Ditinjau Dari
Gaya Hidup Pada Remaja.
Jurnal Psikologika No 7.
Th III. Hal. 64-72

Wimbarti, P. 2013. *Life Style* Dari
Sudut Pandang Psikologi
Dikaitkan dengan Perilaku
dan Lingkungan (Arsitektur
dan Perkotaan). *Seminar
Nasional dan Workshop:
Lifestyle and Architecture*.
Yogyakarta, 31 Mei 2011.

Yuliati, W. 2008. Perilaku Konsumtif
Mahasiswa Pengguna Kartu
ATM (Studi Deskriptif
Kualitatif Tentang Perilaku
Konsumtif Mahasiswa
Pengguna Kartu ATM Di
Universitas Sebelas Maret
Surakarta). *Skripsi* (tidak
diterbitkan). Surakarta:
Universitas Sebelas Maret.

Zebua, A.S dan Nurdjayadi, R.D.
2001. Hubungan Antara
Konformitas dan Konsep
Diri Dengan Perilaku
Konsumtif Pada Remaja
Putri. *Phronesis*. Volume 3,
mNo 6. Hal 72-82.