

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA DI GENUK INDAH SEMARANG

Nur Fitriyani, Presetyo Budi Widodo, Nailul Fauziah

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
Jl. Prof Sudharto. SH, Kampus Tembalang, Semarang, 50275

phytrycayangmum@yahoo.com, pbundip@yahoo.com, nailul_f@yahoo.com

Abstract

National development in Indonesia brings change habits become increasingly lavish lifestyle that leads to consmptive behavior. Student as teenager was also affected. Consumptive behavior is the behavior of consumer into buying that not based on need but desires of the irrational and excessive. Consumptive behavior is influence by motivation, self esteem, observation, learning process, personality, self concept, lifestyle, culture, social class, reference group and family. Student perform a variety of adjustment to gain acceptance of friend boarding as reference group, which encourages student to conformity with the group. Conformity is a behavior adjusment to gain acceptance in group. This study used 130 student boarding at Genuk Indah housing as a research subject. Subjects were taken using proportional random sampling technique. Methods of data collection in this study are using two scales, namely the conformity scale and consumptive behavior scale. The results of regression analysis with simple analytical methods is $r_{xy} = 0,333$ with $p = 0.000$ ($p < 0.05$). The direction of the positive relationship between two variables means that the highly the student conformity, the consumptive behavior will be highly. The conformity provide an effective contribution of 10,9% on consumptive behavior.

Keywords: Consumptive behavior, conformity, college student boarding.

Abstrak

Salah satu dampak dari perkembangan di Indonesia membawa gaya hidup bermewah-mewahan yang mendorong munculnya perilaku konsumtif. Mahasiswa sebagai remaja juga terpengaruh. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang didasarkan pada keinginan irasional dan eksefif dan bukan kebutuhan. Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh motivasi, harga diri, obervasi, proses belajar, kepribadian, konsep diri, gaya hidup, budaya, kelas sosial, dan referensi kelompok serta keluarga. Mahasiswa menjadikan kelompok sebagai referensi sebagai usahanya untuk berkonformitas dengan kelompok tersebut. Konformitas adalah perilaku menyesuaikan diri dengan kelompok agar dapat diterima. Penelitian ini melibatkan 130 subjek yang tinggal di Genuk Indah yang diambil dengan teknik sampling random proporsional. Pengumpulan data menggunakan dua skala yaitu Skala konformitas dan Skala perilaku konsumtif. Analisis regresi dipakai untuk mengevaluasi data dan menghasilkan $r_{xy} = 0.333$ dengan $p = 0.000$ ($p < 0.05$). Hasil ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dengan pengaruh 10.9% dari konformitas terhadap perilaku konsumtif.

Kata kunci: perilaku konsumtif, konformitas, mahasiswa yang tinggal di tempat kos.

PENDAHULUAN

Majunya Pembangunan Nasional Indonesia diiringi dengan tingkat kompleksitas masyarakat yang lebih tinggi. Adanya kemajuan ini secara nyata menyebabkan hasrat konsumtif dan daya beli juga

bertambah. Kondisi tersebut membawa kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat menuju ke arah semakin mewah dan berlebihan. Pola konsumsi seperti ini terjadi pada hampir semua lapisan masyarakat, meskipun

dengan kadar yang berbeda-beda. Hampir tidak ada golongan yang luput dari hal tersebut. Kondisi ini dapat dicermati dengan semakin banyaknya tempat-tempat perbelanjaan yang disebut dengan supermarket atau *mall* (Astuti & Puspitawati, 2009). Kondisi ini pada gilirannya menimbulkan apa yang disebut dengan budaya konsumen atau lebih dikenal sebagai konsumtif. Budaya konsumtif tersebut membentuk seseorang untuk melakukan perilaku konsumtif.

Sembiring (2008) memperjelas bahwa orang yang konsumtif dapat dikatakan tidak lagi mempertimbangkan fungsi dan kegunaan ketika membeli barang, melainkan mempertimbangkan prestise yang melekat pada barang itu. Dalam arti luas konsumtif adalah perilaku berkonsumsi yang boros dan berlebihan, yang lebih mendahulukan keinginan daripada kebutuhan serta tidak ada skala prioritas atau dapat diartikan sebagai gaya hidup yang mewah.

Tambunan (2001) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif merupakan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Menurut Lubis (dalam Sumartono, 2002) mendefinisikan perilaku konsumtif sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang bila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktor kebutuhan (*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*).

Jatman (dalam Yustisi, 2009) mengatakan bahwa remaja sebagai salah satu golongan

dalam masyarakat, tidak terlepas dari pengaruh perilaku konsumtif, sehingga remaja menjadi sasaran berbagai produk perusahaan. Pernyataan ini diperkuat oleh Sumartono (2002) yang mengatakan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja. Hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Hal serupa diungkapkan oleh Segut (2008) kelompok usia yang sangat konsumtif adalah kelompok remaja.

Remaja adalah seseorang yang berada pada rentang usia 12-21 tahun dengan pembagian menjadi tiga masa, yaitu masa remaja awal 12-15 tahun, masa remaja tengah 15-18 tahun, dan masa remaja akhir 18-21 tahun (Monks, dkk, 2002). Pada usia ini remaja mengalami perubahan baik secara fisik maupun psikis. Perubahan ini berlangsung begitu cepat dan sangat dipengaruhi tren dan mode.

Tugas perkembangan remaja menurut Havighurst (dalam Hurlock, 2002) antara lain menerima perubahan fisik dan menerima perasaan secara maskulin dan feminim, membentuk hubungan sebaya dengan laki-laki ataupun perempuan, mencapai kebebasan secara emosional dari orangtua, mulai mempersiapkan diri untuk kebebasan secara ekonomi, menyeleksi dan mempersiapkan diri dengan sebuah pekerjaan, membangun kemampuan sosial serta kompetensi, memiliki keinginan untuk bertanggungjawab secara sosial, mempersiapkan diri akan pernikahan dan kehidupan keluarga, dan membangun kesadaran yang harmonis dengan keluarga.

Salah satu tugas perkembangan remaja menurut Havighurst (dalam Hurlock, 2002) adalah mulai persiapan diri untuk kebebasan secara ekonomi. Pada tahap ini remaja dituntut untuk mulai berlatih mencapai kesanggupan berdiri sendiri

secara ekonomi. Pada kenyataannya, remaja tidak melakukan hal-hal yang berkaitan dengan kemandiriannya secara ekonomi, mereka cenderung melakukan hal-hal lain yang berkaitan dengan pembelian yang berlebih atau perilaku konsumtif.

Remaja akan melakukan berbagai macam cara untuk memuaskan keinginannya untuk berbelanja. Survei yang dilakukan oleh Deteksi Jawa Pos menemukan bahwa 20,9 % dari 1.074 responden yang berstatus sebagai pelajar yang berdomisili di Jakarta dan Surabaya mengaku pernah menggunakan uang smp-nya untuk membeli barang incarannya ataupun hanya untuk bersenang-senang (Sitohang, 2009).

Penelitian Sriatmini (2009) pada remaja di Malang menunjukkan bahwa remaja gengsi dan merasa malu jika tidak membeli barang-barang yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi mereka akan tetap membeli barang bermerek tersebut sekalipun dengan jalan yang tidak wajar. Banyak siswa di SMAN se-Kota Malang (79,60%) menyatakan melakukan tindakan-tindakan yang negatif seperti meminjam uang, mencuri, memalak, menipu, berbohong, bahkan melakukan tindak kekerasan terhadap orang lain hanya untuk memenuhi hasrat membelanjanya.

Reynold (dalam Hasibuan, 2010) menyatakan bahwa remaja putri lebih banyak membelanjakan uangnya daripada remaja putra untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu. Beberapa remaja putri mengaku bahwa mereka tidak dapat menahan diri atau mengendalikan diri ketika mereka memiliki kebutuhan akan suatu produk atau barang yang hendak dibelinya. Selain itu, ketika mereka membutuhkan sesuatu mereka umumnya tidak melakukan survei terlebih dahulu. Alasan mereka adalah agar tidak terlalu lama dalam memilih barang

yang cocok dan sesuai dengan pilihan dan selera mereka.

Demikian juga yang terjadi pada mahasiswi yang merupakan bagian dari remaja. Perilaku konsumtif pada mahasiswi sebenarnya dapat dimengerti bila melihat usia mahasiswi sebagai usia peralihan dalam mencari identitas diri.

Mahasiswi 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*. Menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada remaja ini dilakukan secara berlebihan. Terkadang apa yang dituntut oleh remaja di luar kemampuan orang tuanya sebagai sumber dana. Menurut Zebua & Nurdjayadi (dalam Sitohang, 2009), membeli tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, tetapi membeli dilakukan karena alasan-alasan lain seperti sekedar mengikuti arus mode, hanya ingin mencoba produk baru, dan ingin memperoleh fungsi yang sesungguhnya dan menjadi suatu ajang pemborosan biaya karena belum memiliki penghasilan sendiri.

Masalah lebih besar terjadi apabila pemenuhan akan keinginan itu dilakukan dengan segala macam cara yang tidak sehat. Mulai dari pola bekerja yang berlebihan sampai menggunakan cara instan seperti korupsi. Pada akhirnya perilaku konsumtif bukan saja memiliki dampak ekonomi, tapi juga dampak psikologis, sosial bahkan etika (Tambunan, 2001).

Perilaku konsumtif juga sangat berperan dalam hal penjerumusan mahasiswi ke lembah prostitusi. Pola hidup glamor yang ditampilkan oleh remaja-remaja Indonesia lewat sinetron dan media massa lainnya

cukup menggugah untuk merubah pola hidup dengan cara instan (Batubara, 2011). Berdasarkan pengakuan mahasiswi yang terjaring razia PSK di Sunter, mereka mengaku nekat terjun ke dunia malam karena silau oleh seorang rekan yang nyambi menjadi PSK sehingga memiliki banyak uang dan barang-barang berharga mahal (Warkot, 2008).

Alasan yang sering diungkapkan dari beberapa gelintir mahasiswa yang menjadi pelaku prostitusi, kebanyakan dari mereka beralasan kendala ekonomi untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari terutama biaya kuliah. Ini alasan yang jauh dari rasional, masih banyak pekerjaan lain yang halal. Kebanyakan dari mereka selalu mengedepankan rasa gengsi, tak mau sedikit bersusah dulu, lebih baik menjajakan diri mendapatkan imbalan yang besar ketimbang bekerja mengeluarkan tenaga banyak tapi hasilnya sedikit demi memenuhi kebutuhan akan kemewahan.

Irmasari (2010) mengatakan bahwa perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif, terutama bagi remaja. Dampak negatif perilaku konsumtif antara lain kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhan yang akan datang. Kecemburuan sosial muncul karena orang akan membeli semua barang yang diinginkan tanpa memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang tersebut diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu. Perilaku konsumtif menyebabkan seseorang cenderung lebih banyak membelanjakan uangnya dibandingkan menyisihkan untuk ditabung. Dampak negatif dari perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mengkonsumsi lebih banyak barang pada saat sekarang tanpa berpikir kebutuhannya di masa datang.

Suyasa dan Fransisca (2005) menyatakan bahwa dampak negatif yang muncul dari perilaku konsumtif adalah dapat menyebabkan kecemasan. Hal tersebut dikarenakan individu selalu merasa bahwa ada tuntutan untuk membeli barang yang diinginkannya.

Mahasiswi yang masih tergolong remaja tidak lagi tinggal bersama orangtuanya selama menempuh pendidikannya di perguruan tinggi. Lingkungan pertama yang memiliki interaksi langsung dengan mahasiswi adalah lingkungan kos. Kos merupakan tempat tinggal sementara bagi mahasiswi selama menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Pada umumnya, kos terletak tidak jauh dari kampus dan dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan. Kos bukan saja sebagai tempat tinggal sementara, namun kos merupakan tempat dimana mahasiswi melakukan aktivitas sosial dan menjalin relasi sosial dengan teman kosnya. Ikatan pertemanan antar penghuni kos yang terjalin setiap hari membuat hubungan antar penghuni kos menjadi erat dan mahasiswi menjadikan teman kosnya sebagai kelompok referensi untuk setiap aktivitasnya, termasuk dalam perilaku konsumtif.

Mowen & Minor (2002) mendefinisikan kelompok referensi sebagai kelompok yang dianggap sebagai kerangka rujukan bagi individu dalam pengambilan keputusan pembelian atau konsumsi mereka. Kelompok referensi ini sangat kuat mempengaruhi kehidupan individu, hal tersebut terkait dengan pengakuan dari kelompok tersebut terhadap anggota kelompoknya.

Mahasiswi berusaha untuk menampilkan sesuatu yang terkesan "wah" dalam pemenuhan kebutuhan kos serta gaya hidupnya untuk memperoleh suatu

penerimaan, pengakuan dari teman-teman di kos sebagai kelompok referensinya. Hal tersebut membuat mereka merasa sensitif dan tersaingi sehingga mendorong mereka melakukan berbagai upaya agar tampilan diri sebagai mahasiswi yang tinggal di kos sesuai dengan tuntutan komunitas sosial mereka. Keinginan untuk memenuhi tuntutan tersebut juga kemungkinan mendorong mahasiswi yang tinggal di kos untuk berperilaku konsumtif.

Keinginan untuk diterima dan takut dikucilkan, mendorong mahasiswi berusaha untuk menjadi sama dengan teman kosnya. Dorongan demikian tidak hanya datang dari dalam diri sendiri tetapi juga datang dari luar diri biasanya datang dalam bentuk tekanan-tekanan kelompok ataupun tekanan dari anggota kelompok yang lain (Robbins, dalam Sumarlin, 2008). Tekanan dari kelompok disebut dengan *peer pressure*. Menurut Engel, Blackwell dan Miniard (2005) seseorang yang berada dalam *peer pressure* cenderung untuk *conform*, menilai, meyakini atau bertindak sesuai dengan penilaian, keyakinan atau tindakan kelompoknya.

Konformitas adalah suatu tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya tetapi memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok (Zebua dan Nurdjayadi, 2001).

Baron dan Byrne (2004) mendefinisikan penyesuaian perilaku remaja untuk menganut norma kelompok acuan, menerima ide atau aturan-aturan kelompok yang mengatur cara remaja berperilaku sebagai konformitas. Seseorang melakukan konformitas terhadap kelompok hanya karena perilaku individu didasarkan pada harapan kelompok atau masyarakat.

Berk (dalam Sitohang, 2009) mengatakan

bahwa konformitas terhadap kelompok teman sebaya ternyata merupakan suatu hal yang paling banyak terjadi pada fase remaja. Sesuai dengan perkembangannya, tugas remaja menurut Havighurst (dalam Hurlock, 2002) adalah membentuk hubungan sebaya, banyak remaja bersedia melakukan berbagai perilaku demi pengakuan kelompok bahwa ia adalah bagian yang tidak terpisahkan dari kelompok tersebut. Chen-Yu dan Seock (dalam Derussy, 2008), keinginan yang kuat untuk melepaskan diri dari keterikatan dengan orang tua membuat remaja mencari dukungan sosial melalui teman sebaya. Kelompok teman sebaya menjadi suatu sarana sekaligus tujuan dalam pencarian jati diri.

Menurut Dacey & Kenny (dalam Hotpascaman, 2010) konformitas dalam kelompok tidak selalu bersifat positif. Adanya keinginan untuk diterima dan diakui oleh kelompok ternyata cukup kuat untuk mendorong seseorang melakukan hal yang negatif.

Penelitian Rochadi (2007) yang menguji hubungan antara konformitas dengan perilaku merokok pada mahasiswa menunjukkan bahwa konformitas mempengaruhi perilaku merokok pada remaja. Remaja mulai mengenal rokok dari teman-teman sebayanya dan menganggap bahwa saat yang tepat untuk merokok adalah saat bersama dengan teman-temannya.

Hasil penelitian Sumarlin (2008) pada remaja dilingkungan peminum alkohol menunjukkan faktor yang besar pengaruhnya pada perilaku konsumtif yang dilakukan remaja adalah pengaruh konformitas dalam kelompok. Kelompok bagi subjek sangat besar pengaruhnya, karena dari kelompoknya subjek mendapatkan dukungan dalam berbagai hal. Dalam pengambilan keputusan, subjek

mengambil keputusan bersama. Konformitas membuat remaja percaya pada apa yang dilakukan oleh kelompok dan membuat remaja bergantung pada teman-temannya. Rasa takut akan celaan membuat remaja menjadi peminum alkohol agar tidak disisihkan oleh kelompoknya.

Menurut Myers (2010) terdapat dua dasar pembentuk konformitas, yaitu pengaruh normatif dan pengaruh informasional. Menurut Myers (2010) pengaruh normatif pada konformitas memiliki arti penyesuaian diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan dari anggota kelompoknya. Pengaruh normatif mendorong terjadinya penyesuaian sebagai akibat pemenuhan pengharapan kelompok untuk mendapat persetujuan atau penerimaan, agar disukai dan agar terhindar dari penolakan.

Myers (2010) mendefinisikan pengaruh informasional sebagai tekanan yang terbentuk oleh adanya keinginan dari individu untuk memiliki pemikiran yang sama dan beranggapan bahwa informasi dari kelompok lebih kaya daripada informasi yang dimilikinya, sehingga individu cenderung untuk *conform* dalam menyamakan pendapat dan sugesti. Pengaruh informasional mendorong individu untuk melakukan penyesuaian akibat dari penerimaan pendapat kelompok, yang menjadi bukti dalam mendapatkan pandangan akurat sehingga mengurangi ketidakpastian.

Menurut Carmen (2008), pengaruh normatif dan pengaruh informasional dalam konformitas memiliki peranan dalam diri seseorang disaat melakukan proses konsumsi. Pengaruh normatif memiliki peranan pada proses konsumsi terjadi saat individu mengikuti peraturan kelompok, sedangkan pengaruh informasional memiliki peranan pada proses konsumsi terjadi apabila individu menjadikan

kelompok sebagai acuan dalam merekomendasikan produk yang akan dikonsumsi.

Menurut William (dalam Hotpascaman, 2010) konformitas merupakan salah satu faktor kelompok sosial yang mempengaruhi seseorang dalam melakukan perilaku konsumsi. Pernyataan ini, diperkuat oleh Robertson, Zielinski dan Ward (dalam Hotpascaman, 2010) bahwa konformitas dapat memberikan pengaruh pada pengambilan keputusan dalam melakukan perilaku konsumen. Perilaku konsumtif muncul ketika seseorang mendapat pengaruh konformitas dalam bentuk *compliance*. *Compliance* merupakan pengaruh konformitas yang membuat seseorang melakukan perilaku konsumtif tanpa benar-benar mempercayai apa yang sedang mereka lakukan dan sesuai dengan tekanan kelompok (Myers, 2010).

Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif juga terjadi pada mahasiswa kos dengan cara mengikuti penampilan kelompok atau karena ingin diterima oleh kelompoknya di kos, misalnya baju yang sama, ataupun perlengkapan kos yang sama.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (dalam Sitohang, 2009), iklan hanya mampu mempengaruhi remaja sebesar 17 % sedangkan 83 % remaja lebih terpengaruh oleh lingkungan sosial remaja. Penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Zebua dan Nurdjayadi (dalam Sitohang, 2009) yang menyatakan bahwa 15,8 % perilaku membeli pada remaja dipengaruhi oleh konformitas. Kenyataan ini menandakan bahwa lingkungan pergaulan mendukung suasana kompetitif untuk memperlihatkan ketidaktertinggalannya terhadap mode terbaru lebih mempengaruhi remaja.

Bearden, dkk (dalam Ismail, 2011) menyatakan bahwa seseorang mungkin

akan membeli suatu produk untuk menjadi konform dengan kelompoknya, atau karena kelompoknya memberikan informasi mengenai produk tersebut (Cohen dan Golden dalam Ismail, 2011).

Penelitian ini di fokuskan pada mahasiswi kos dalam usia remaja akhir (18-21 tahun) dengan mengambil tempat penelitian di Perumahan Genuk Indah Semarang. Hasil pengumpulan data awal menunjukkan adanya perilaku konsumtif yang dilakukan mahasiswi, antara lain membeli barang dengan label beli satu gratis satu, pembelian dilakukan karena warna kemasan yang menarik, barang yang diskon menjadi prioritas saat belanja, membeli baju yang hanya dijual di distro tertentu, membeli barang karena pengaruh dari iklan yang cantik, dan merasa percaya diri saat memakai barang yang harganya mahal. Perilaku konsumtif tersebut sesuai dengan indikator perilaku konsumtif yang diungkapkan oleh Sumartono (2002) yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, memunculkan penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda merek pada mahasiswi kos di Perumahan Genuk Indah sebagai subjek penelitian ini, menunjukkan bahwa terdapat beberapa bentuk perilaku konsumtif pernah dilakukan mahasiswi.

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti dengan salah satu mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah (September 2011), diperoleh informasi bahwa apabila mahasiswi yang tinggal di kos memiliki kecenderungan dalam hal membeli barang untuk pemenuhan kebutuhan kamar kos

serta gaya hidup untuk menyamakan diri dengan teman-temannya, maka mereka mendapatkan pengakuan dari teman-teman kosnya.

Dari wawancara tersebut dapat dilihat adanya unsur perilaku membeli yang tidak sesuai dengan kebutuhan dilakukan untuk hubungan konformitas yang telah dibentuk oleh mahasiswi dengan *peer groupnya* di kos dan juga terdapat unsur kesenangan, sehingga menyebabkan seseorang menjadi boros yang dikenal dengan istilah perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan pendapat Spangenberg, Sprott, Grohmann and Smith (dalam Rusich, 2008) yang menyatakan bahwa disaat seseorang menyatakan ataupun telah melakukan pembelian produk dikarenakan adanya tekanan atau paksaan dari kelompok, maka saat itu juga dapat dikatakan bahwa konformitas memberikan peran penting pada pemakaian ataupun konsumsi produk. Kondisi ini menyebabkan munculnya pemborosan yang dilakukan mahasiswi kos dalam menggunakan uangnya, sehingga hal ini penting untuk diteliti. Berdasarkan uraian fenomena diatas, peneliti ingin mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah Semarang.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah Semarang? Seberapa besar pengaruh konformitas terhadap munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah Semarang?

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah Semarang, mengetahui hubungan antara rentang usia dan tingkat semester dengan munculnya

perilaku konsumtif serta menganalisis konformitas dan perilaku konsumtif berdasarkan blok dan fakultas.

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah Semarang. Konformitas yang ada di dalam lingkungan akan mempengaruhi tinggi rendahnya pula perilaku konsumsi pada mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada mahasiswi kos. Sebaliknya semakin rendah konformitas, maka semakin rendah perilaku konsumtif pada mahasiswi kos.

METODE

Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswi, dengan karakteristik subjek yaitutinggal di kos, berusia 18-21 tahun dan tinggal di perumahan Genuk Indah Semarang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Purposive Proportional Random Sampling*.

Pengukuran menggunakan dua buah skala yaitu skala perilaku konsumtif dan skala konformitas. Skala perilaku konsumtif bertujuan untuk mengukur tingkat kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswi kos. Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan indikator perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan dan gengsi, membeli produk atas pertimbangan harga, membeli produk hanya sekedar menjaga simbol status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan, memunculkan penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang

tinggi, dan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda merek.

Skala konformitas bertujuan untuk mengukur tingkat kecenderungan konformitas terhadap teman kos. Skala Konformitas dapat diukur melalui skala konformitas yang disusun berdasarkan dasar pembentuk konformitas yang dikemukakan oleh Myers (2010) yaitu pengaruh normatif dan pengaruh informasional. Teknik analisis yang digunakan adalah teknik Analisis Regresi sederhana dengan bantuan program komputer *Statistical SPSS version 17.0*.

HASIL DAN DISKUSI

1. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas menunjukkan skor *Kolmogorov-Smirnov* pada variable perilaku konsumtif dan konformitas sebesar $p = 0,224$ dan $p = 0,507$ ($p > 0,05$). Jadi sebaran data perilaku konsumtif dan konformitas memiliki distribusi normal.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas hubungan antara perilaku konsumtif dan konformitas menghasilkan $F = 15,149$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel konformitas dengan perilaku konsumtif.

3. Uji Hipotesis

Hasil analisis regresi sederhana menunjukkan seberapa besar hubungan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif dengan $r_{xy} = 0,330$ dan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Terdapat hubungan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Oleh karena itu hipotesis diterima.

Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa kos di Perumahan Genuk Indah Semarang. Hasil tersebut ditunjukkan dengan koefisien korelasi $r_{xy} = 0,330$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal tersebut berarti bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa kos di perumahan Genuk Indah Semarang.

Nilai r_{xy} positif menunjukkan arah hubungan kedua variabel positif, yaitu semakin tinggi konformitas yang dimiliki oleh mahasiswa, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Begitu sebaliknya, semakin rendah konformitas yang dimiliki oleh mahasiswa, perilaku konsumtif akan semakin rendah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan peneliti, yaitu terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa kos di perumahan Genuk Indah Semarang.

Hasil penelitian menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,333 dengan sumbangan efektif sebesar 10,9%. Hal tersebut menunjukkan bahwa konformitas mempengaruhi munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswa kos sebesar 10,9%, dan sisanya sebesar 89,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Berdasarkan kategorisasi perilaku konsumtif, sebesar 41,27% (52 dari 126 orang) sample penelitian berada pada kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa kos di perumahan Genuk Indah memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

Munculnya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dalam penelitian ini disebabkan pada hakikatnya konformitas merupakan faktor eksternal yang berperan dalam menentukan munculnya perilaku

konsumtif pada mahasiswa kos. Interaksi intensif yang terjadi di kos membuat satu sama lain saling mempengaruhi, dan memungkinkan teman kos menjadi kelompok referensi bagi mahasiswa kos. Sumartono (2002) menyatakan bahwa dalam menentukan produk yang akan dikonsumsinya seseorang melihat kelompok referensinya. Pada umumnya individu cenderung untuk memiliki sikap konformis atau searah dengan sikap kelompok. Keinginan untuk diterima dalam kelompok referensi mendorong mahasiswa melakukan berbagai penyesuaian agar selaras dengan kelompoknya khususnya dalam hal mengkonsumsi dan dapat memunculkan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif diawali dengan munculnya keinginan berlebihan untuk memiliki suatu barang. Keinginan untuk memiliki suatu barang bukan didasarkan pada kebutuhan, tetapi sekedar simbol status agar terlihat keren dimata oranglain. Dalam pandangan Lubis (dalam Sumartono, 2002), keadaan ini disebut dengan perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Secara pragmatis, perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk secara tidak tuntas. Artinya, belum habis suatu produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dengan merek yang berbeda.

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingginya perilaku konsumtif adalah pengaruh kelompok referensi. Kelompok referensi memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk kepribadian dan perilaku seseorang. Kelompok referensi digunakan sebagai alat untuk

membandingkan dan mengevaluasi situasi individual. Schiffman dan Kanuk (2004) menjelaskan bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh kuat karena merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan nilai, informasi dan menyediakan petunjuk dalam melakukan konsumsi.

Kotler (dalam Sitohang, 2009) menjelaskan bahwa kelompok acuan atau kelompok referensi dapat mempengaruhi seseorang melalui tiga jalur yaitu menghadapkan seseorang pada perilaku gaya hidup baru, mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang serta menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk seseorang.

Berdasarkan penelitian Glock (dalam Sumartono, 2002) mengungkapkan bahwa konsumsi yang berlebihan sangat ditentukan oleh sikap mudah terpengaruh oleh kelompok referensi. Karakter remaja adalah mudah dipengaruhi oleh kelompok sebaya dan kelompok referensinya, serta memiliki kontrol eksternal lebih tinggi daripada kontrol internal. Pengaruh positif dari kelompok referensi memiliki fungsi sebagai kontrol eksternal yang akan menekan kemungkinan munculnya perilaku konsumtif.

Pride dan Ferrell (dalam Sitohang, 2009) menyatakan bahwa kelompok referensi atau kelompok teman sebaya mempengaruhi keputusan pembelian bergantung pada sejauh mana individu tersebut konform dan terpengaruh oleh kelompok serta kekuatan keterlibatannya di dalam kelompok.

Mahasiswa berusaha menyesuaikan diri dengan teman sebayanya dengan berperilaku kurang lebih sama atau identik akibat adanya tekanan yang nyata atau yang dibayangkan dari kelompok atau individu untuk mencapai tujuan tertentu. Bagi

remaja hubungan teman sebaya menjadi sarana belajar untuk mengamati dan meneliti minat serta pandangan teman sebaya dengan tujuan untuk memudahkan proses penyatuan dirinya kedalam aktivitas teman sebaya.

Penyesuaian yang dilakukan agar tercapai tujuan dan keselarasan dengan anggota kelompok ini disebut dengan konformitas (Willis dalam Sarwono, 2006). Penyesuaian positif terhadap norma dan harapan kelompok merupakan dasar dari terbentuknya konformitas yang kuat serta menjadikan perilaku mahasiswa selaras dengan tujuan, sedangkan penyesuaian negatif terhadap peraturan, nilai, dan norma merupakan dasar dari terbentuknya perilaku negatif terutama perilaku konsumtif yang akan merugikan mahasiswa itu sendiri.

Berdasarkan kategorisasi konformitas, sebesar 45,2% (57 dari 126 orang) sample penelitian berada pada kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa kos di perumahan Genuk Indah memiliki konformitas yang tinggi pada teman-teman di kos.

Myers (2010) menyatakan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai akibat dari tekanan kelompok. Terlihat dari kecenderungan remaja untuk selalu menyamakan perilakunya dengan kelompok acuan sehingga terhindar dari celan maupun keterasingan. Hal tersebut membuat remaja cenderung memperhatikan penampilannya agar dapat diterima oleh kelompoknya. Berbagai usaha dilakukan remaja agar dapat tampil dan diterima oleh kelompoknya. Keterikatan dengan kelompok teman sebaya mempengaruhi perilaku remaja, dan norma yang ada dalam kelompok menyebabkan remaja menjadi konform dengan temannya.

Mahasiswa kos yang kesehariannya selalu berada di kos menjadikan teman-teman

sebayanya sebagai acuan dalam perilakunya. Jauh dari orangtua membuat mahasiswi membangun keterikatan dengan kelompok terdekatnya. Keinginan untuk diterima dalam kelompok inilah yang mendorong mahasiswi berusaha semaksimal mungkin untuk sesuai dengan perilaku teman-temannya di kos.

Banyak usaha yang dilakukan mahasiswi untuk dapat diterima oleh kelompoknya di kos, mahasiswi harus bertingka laku maupun berpenampilan sama dengan pola-pola dan harapan-harapan sesama anggota kelompoknya. Mahasiswi mulai memfokuskan diri pada penampilan baik penampilan fisik, pakaian, rambut maupun wajah. Mahasiswi 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 di kos ternyata justru mendorong mereka untuk melakukan pembelian secara tidak wajar yang disebut dengan perilaku konsumtif.

Hasil analisa tambahan mengenai uji hubungan antara usia, dan tingkat semester terhadap munculnya perilaku konsumtif mendapatkan hasil bahwa signifikansi untuk usia 0,690 ($p > 0,05$) dan hasil signifikansi untuk tingkat semester terhadap munculnya perilaku konsumtif sebesar 0,875 ($p > 0,05$). Hal ini dapat disimpulkan bahwa antara usia dan tingkat semester tidak berhubungan dengan munculnya perilaku konsumtif.

Analisis pada masing-masing blok menunjukkan bahwa rata-rata konformitas mahasiswi kos tertinggi adalah Blok A dan rata-rata perilaku konsumtif mahasiswi kos tertinggi adalah Blok H. Analisis pada masing-masing fakultas menunjukkan bahwa rata-rata konformitas tertinggi adalah mahasiswi Fakultas Agama Islam dan rata-rata perilaku konsumtif tertinggi

adalah mahasiswi Fakultas Kedokteran Gigi.

Berdasarkan pemaparan diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah berkaitan dengan konformitas yang dimiliki oleh mahasiswi kos. Konformitas yang tinggi di lingkungan kos membawa dampak munculnya perilaku konsumtif yang dilakukan oleh mahasiswi kos.

Penelitian ini tidak luput dari adanya keterbatasan dan kendala. Keterbatasannya yaitu peneliti membatasi subjek penelitian untuk mahasiswi dalam rentang usia remaja akhir dan kurang mendalamnya survey awal yang dilakukan peneliti di tempat penelitian. Kendala penelitian yaitu peneliti lebih memfokuskan pada waktu pengisian skala yang dilakukan dalam kelompok-kelompok mahasiswi di kos. Hal ini berdampak pada terjadinya contek-mencontek yang dilakukan oleh subjek dalam pengisian skala penelitian sehingga hasil pengisian skala menjadi tidak maksimal.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut: 1.) Ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi kos di perumahan Genuk Indah., 2.) Sumbangan efektif konformitas sebesar 10,9 %, 3.) Faktor rentang usia dan tingkat semester tidak berhubungan dengan munculnya perilaku konsumtif, 4.) Analisis perilaku konsumtif dan Konformitas tertinggi.

Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap variabel perilaku konsumtif, diharapkan untuk lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang turut berperan dalam mendorong munculnya

perilaku konsumtif dan lebih mendalam saat melakukan survey awal untuk mencegah munculnya kendala dalam penelitian yang berkaitan dengan jumlah subjek dan teknik sampling.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwi, H. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2005. Jakarta : Balai Pustaka.
- Astuti, P., Pusputawati, I. (2008). Relations Between Attitude Toward Adolescent Princess Product With Multi Level Marketing Behavior In The Purchase Of Goods Cosmetica Consumptive. *Journal*. Available : www.gunadharma.ac.id.
- Azwar, S. (2004). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Azwar. (2007). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar. (2008). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar. (2009). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Edisi ke 2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Abanggeutanyo. (2004). Swalayan Meningkat 31,4 Persen Dalam Dua Tahun. Available: <http://www.tempo.co/bisnis/>.
- Baron, R. A., & Byrne, D. (2004). *Social Psychology*. Massachusetts: Allyn and Bacon.
- Batubara, O. (2011). Sindikat Perdagangan Anak dan Pola Hidup Konsumtif. Available : <http://www.kompasiana.com/>.
- Carmen, P. (2008). Concideration About Group Influences On Consumer Behavior. *Journal of Consumer Reasearch*. Craiova : Faculty of Economiy and Business Administration. h 1136-1139.
- Derussy, C. L. (2008). The Relationship Between Conformity And Consumer Purchasing Decisions. *Journal*. Published By : Loyola University. Available : www.loyolalibrary.loyno.edu.
- Engel, J. F, Blackwell, R.D, Miniard, P.W. (2005). *Perilaku Konsumen, jilid 1*. Diterjemahkan oleh Budiyanto. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Hadi, S. (2001). *Statistik*. Jilid II. Yogyakarta : Andi Pustaka Offset.
- Hanuning, S. (2010). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Tempat Kost Di Kelurahan Jebres, Kecamatan Jebres. Kota Solo). *Ringkasan Skripsi*. Available : <http://digilib.uns.ac.id/index.php>.
- Hasibuan, E. (2009). Hubungan Antara Gaya Hidup Brand Minded Dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Puteri. *Skripsi*. Available : <http://repository.usu.ac.id/>. Diakses 12 Desember 2011.
- Hurlock, E. B. (2002). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh Istiwindayanti dan Soedjarwo. Jakarta : Erlangga.
- Ismail, Z. (2011). Buying Behavior : Gender and Sosioeconomic Class Differences on Interpersonal Influence Susceptibility. *International Journal of Business and Social Science*. Vol.2 No.4, March 2011. H.55-66.
- Hotpascaman. (2009). Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Konformitas pada Remaja. *Skripsi*. Universitas Sumatera Utara : Repository USU. Available : <http://repository.usu.ac.id/df>.
- Irmasari, D. (2010). Dampak Positif dan Negatif dari Perilaku Konsumtif. *Ringkasan Skripsi*. Available : <http://gunadarma.ac.id/>. Diakses : 23 Oktober 2011.

- Kotler, P. & Gary, A. (2001). *Prinsip – Prinsip Marketing Jilid 1. Edisi Kedelapan*. Diterjemahkan oleh Damos Sihombing, M.B.A. Jakarta : Erlangga.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Perilaku Konsumen*. Edisi Revisi. Bandung : PT. Refika Aditama.
- Monks, F.J., Knoers, A.M.P., & Haditono, S.R. (2002). *Psikologi Perkembangan Pengantar dalam Berbagai Bagiannya*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Mowen, Jhon C., & Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen Jilid 1 : Edisi Kelima*. Diterjemahkan oleh Lina Salim. Jakarta : Erlangga.
- Myers, David G. (2010). *Social Psychology :9th Edition*. New york : McGrawHill
- Narbuko., Achmadi. (2003). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ngishmawati, Rizzul. (2011). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Gaya Hidup Siswa Dan Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa Kelas XI IPS SMA Negeri 1 Malang. *Skripsi*. Available : http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/ekonomi_pembangunan/article/view/14911/0.
- Rakhmat, J. (2001). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Ridho, Poernomo G. (2004). *Swalayan Meningkat 31,4 Persen Dalam Dua Tahun*. Available : <http://www.tempo.co/bisnis/>.
- Rochadi, K. (2004). Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Merokok Pada Remaja Sekolah SMU Negeri di 5 Wilayah DKI Jakarta. *Disertasi*. Jakarta : Universitas Indonesia. Available : <http://repository.usu.ac.id/>.
- Rusich, E, A. (2008). Departement Of Psychology Loyola University New Orlean : The Relationship Between Conformity And Consumer Purchasing Decision. *Journal of Consumer Research*. Published by Missouri : Missouri Western State University.
- Sallina, S. (2011). Behavior Differences In Consumptive Pulse Of Use Senior High School Student Resived From Locus Of Control. *Skripsi*. Available : <http://www.library.gunadarma.ac.id>.
- Sarwono, S. (2003). *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Schiffman & Kanuk. (2004). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Diterjemahkan oleh Drs. Zoelkifli Kasip. Jakarta : PT Indeks.
- Segut. (2008). Survei tren dan perilaku remaja : Tampil gaya dan gandrung musik pop. Available : <http://www.marketing.co.id>.
- Sembiring, J. (2008). Budaya Konsumerisme. Available : http://indowarta.com/index.php?option=com_content&task=category§ionid=6&id=26&Itemid=39.
- Sitohang, A. (2009). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Kelompok Teman Sebaya Dengan Pembelian Impulsif Pada Remaja. *Ringkasan Skripsi*. Universitas Diponegoro : Semarang.
- Soekanto. S. (2003). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta : PT RajaGrafindo Persada.
- Sumarlin, R. (2009). Perilaku Konformitas Pada Remaja Yang Berada di Lingkungan Peminum Alkohol. *Skripsi*. Available : www.gunadhama.ac.id.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong imbas pesan Iklan Televisi*. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk*

- Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta
- Suryabrata, S. (2005). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Suyasa, Y. dan Fransisca. (2005). Perbandingan Perilaku Konsumtif berdasarkan Metode Pembayaran. *Jurnal Pronesis*. Desember Vol.7, No.2 172-199.
- Sriatmini, Lilik. (2009). Perilaku Konsumtif Remaja SMAN Se-kota Malang. *Skripsi*. Available : karya-ilmiah.um.ac.id.
- Tambunan, R. (2001). Remaja dan Perilaku konsumtif. Available : <http://www.e-psikologi.com/remaja/191191.htm>.
- Warkot. (2008). *Anak Jadi Korban Terbesar* Di Sumut. Available : <http://pendidikanlayanankhusus.wordpress.com/2008>.
- Winarsunu, T. (2002). *Statistik dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Malang : UMM Press.
- Yustisi S. (2009). Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Dengan Body Image Pada Remaja Putri. *Skripsi* . Available : <http://repository.usu.ac.id/>.
- Zebua, A & Nurdjayadi, R. (2001). Hubungan Antara Konformitas dan Konsep Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri. *Jurnal Phronesis*. 3, 6, 72-82