

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA KELAS VIII SMP NEGERI 40 SEMARANG TAHUN AJARAN 2018/2019

SKRIPSI

disajikan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Bimbingan dan Konseling

oleh

Mia Naviarta 1301414032

JURUSAN BIMBINGAN DAN KONSELING FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG 2019



HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA SISWA KELAS VIII SMP NEGERI 40 SEMARANG TAHUN AJARAN 2018/2019

SKRIPSI

disajikan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pendidikan Program Studi Bimbingan dan Konseling

oleh

Mia Naviarta 1301414032

JURUSAN BIMBINGAN DAN KONSELING FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG 2019

PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi yang berjudul "Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019" benar-benar hasil karya sendiri, bukan jiplakan dari karya tulis orang lain baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk sesuai dengan ketentuan kode etik ilmiah.

Semarang. 07 Januari 2019

DBD9EAFF25344

Mia Naviarta

NIM 1301414032

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019" disusun oleh:

Mia Naviarta

1301414032

telah dipertahankan di hadapan sidang Panitia Ujian Skripsi FIP UNNES pada hari Selasa tanggal 15 Januari 2019.

an Skripsi

1. EUF Furtianto, M.Si. 112419839121 198703 1 001 Sekretaris

Drs Eko Nusantoro, M.Pd., Kons

NIP. 19600205 199802 1 001

Penguji

Dr. Anwar Sutoyo, M.Pd.

NIP. 19581103 198601 2 001

Penguji II

Muslikah, S.Pd., M.Pd.

NIP. 19861108 201404 2 002

Penguji II

Kusnarto Kurniawan, M.Pd., Kons

NIP. 19710114 200501 1 002

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

Nikmat dunia bukan melulu mendapat pujian, bukankah senyuman saja mampu membuat tenang, memulai menjadi jati diri yang hemat, ramah dan sederhana karena dari kesederhanaan manusia akan mendapatkan ketenangan (Mia Naviarta).

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Almamater jurusan Bimbingan dan

Konseling Universitas Negeri Semarang

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019". Tujuan dari skripsi ini untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa. Penyusunan skripsi dilakukan dalam suatu prosedur terstruktur dan terencana. Penelitian ini diperoleh hasil bahwa terdapat hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif siswa.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada Kusnarto Kurniawan, M.Pd., Kons sebagai dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu, motivasi, dan bimbingan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini. Selain itu penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada:

- 1. Prof. Dr. Fathur Rokhman, M.Hum., Rektor Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan studi strata satu di Universitas Negeri Semarang dan bertanggung jawab terhadap penyelenggaraan pendidikan di Universitas Negeri Semarang.
- Pof. Dr. Fakhruddin, M.Pd., Dekan Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas
 Negeri Semarang yang telah memberikan izin penelitian sehingga penulis
 dapat menyelesaikan skripsi ini.

- Drs. Eko Nusantoro, M.Pd., Kons., Ketua Jurusan Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Semarang, sekaligus Dosen Wali, yang telah memberikan motivasi dan bekal ilmu kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
- 4. Dr. Anwar Sutoyo, M.Pd., Dosen Penguji I dan Muslikah, S.Pd., M.Pd. Penguji II yang telah menguji, memberikan bimbingan, arahan, dan saran kepada penulis dalam menyusun dan menyempurnakan skripsi ini.
- Bapak Ibu dosen jurusan Bimbingan dan Konseling Universitas Negeri Semarang yang telah memberikan motivasi dan bekal ilmu kepada penulis selama menjadi mahasiswa.
- 6. Kepala sekolah, guru BK, karyawan, dan siswa SMP Negeri 40 Semarang yang telah membantu pelaksanaan skripsi ini.
- Keluargaku Bapak Susendi, Ibu Kiswati, yang selalu memberikan dukungan, doa, kasih sayang, serta motivasi.
- 8. Teman-teman Bimbingan dan Konseling 2014 dan sahabat-sahabatku yang telah membantu proses penyelesaian skripsi ini.
- 9. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT senantiasa melindungi dan memberikan keberkahan kepada kita. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan memberikan kontribusi bagi bimbingan dan konseling.

Semarang, Januari 2019

Penulis

ABSTRAK

Naviarta, Mia. 2018. Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019. Skripsi. Jurusan Bimbingan dan Konseling Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang. Pembimbing Kusnarto Kurniawan, M.Pd., Kons.

Kata kunci: konformitas teman sebaya, perilaku konsumtif

Penelitian ini dilatar belakangi oleh fenomena perilaku konsumtif yang diakibatkan, karena adanya remaja menjadi salah satu target pemasaran potensial berbagai produk industri dikarenakan remaja yang labil dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat konformitas teman sebaya, mengetahui tingkat perilaku konsumtif, dan menganalisis hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang. Sampel yang digunakan berjumlah 155 dari 284 siswa dengan teknik pengambilan sampel proportionate stratified random sampling. Alat pengumpul data yang digunakan adalah skala konformitas teman sebaya dan angket perilaku konsumtif. Validitas diuji dengan rumus product moment, dan reliabilitas diuji dengan rumus alpha cronbach. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskripstif persentase dan analisis korelasi product moment (pearson) dilakukan dengan bantuan fasilitas aplikasi SPSS versi 21.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) tingkat konformitas teman sebaya siswa mayoritas berada pada kategori sedang dengan frekuensi 83 siswa sebesar 53,5,5%, (2) tingkat perilaku konsumtif siswa mayoritas berada pada kategori tinggi dengan frekuensi 68 siswa sebesar 43,9%, dan (3) ada hubungan yang positif dan signifikan dengan drajat korelasi rendah antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, dengan nilai (r = 0,342, p = 0,000 < 0,05), dan nilai r berada pada rentang 0,20-0,399 pada drajat interpretasi hubungan koefisien r.

Simpulan penelitian ini yaitu ada hubungan yang positif dan signifikan dengan drajat korelasi rendah antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019. Oleh karena itu, disarankan agar guru BK dapat memberikan layanan yang bersifat preventif, kuratif, dan dapat bekerja sama dengan orang tua untuk memberikan layanan yang menarik dengan memperhatikan pergaulan siswa.

ABSTRACT

Naviarta, Mia. 2018. The Correlation between Peer Conformity with Consumptive Behavior of Class VIII Students in SMP N 40 Semarang Academic Year 2018/2019. Final Project. Department of Guidance and Counseling, Faculty of Education, Semarang State University. Advisor Kusnarto Kurniawan, M.Pd., Kons.

Keywords: peer conformity, consumptive behavior

This research was conducted based on the phenomenon of consumptive behavior that is caused, because the presence of adolescents is one of the potential marketing targets of various industrial products due to the unstable and easily influenced adolescents, which in turn encourages the emergence of various symptoms in unnatural buying behavior. Consumptive behavior is a phenomenon that affects many people, especially those living in urban areas. The purpose of this study was to determine the level of peer conformity, determine the level of consumptive behavior, and analyze the relationship between peer conformity and consumptive behavior.

This type of research is correlational quantitative research. The population in this study were eighth grade students of SMP Negeri 40 Semarang. The sample used amounted to 155 of 284 students with a proportionate stratified random sampling sampling technique. The data collection tool used is the scale of peer conformity and consumptive behavior questionnaire. The validity was tested using the product moment formula, and reliability was tested with the Cronbach alpha formula. Data analysis techniques used are descriptive percentage analysis and product moment correlation analysis (Pearson) conducted with the help of SPSS version 21 application facilities.

The results showed that: (1) the level of majority student peer conformity was in the moderate category with a frequency of 83 students at 53.5%, (2) the level of consumptive behavior of the majority of students in the high category with a frequency of 68 students at 43.9 %, and (3) there is a positive and significant relationship with a low degree of correlation between peer conformity and consumptive behavior with values (r = 0.342, p = 0.000 < 0.05), and r values in the range 0.20-0.399 on the degree of interpretation of the correlation coefficient r.

The conclusion of this study is that there is a positive and significant relationship with a low degree of correlation between peer conformity and consumptive behavior of class VIII students SMP Negeri 40 Semarang academic year 2018/2019. Therefore, it is recommended that BK teachers can provide preventive, curative services, and can work with parents to provide attractive services by paying attention to student association.

DAFTAR ISI

Halan	nan
HALAMAN JUDUL	, j
PERNYATAAN	. i
PENGESAHAN	. ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
PRAKATA	
ABSTRAK	
DAFTAR ISI	. i
DAFTAR TABEL	. xi
DAFTAR GAMBAR	. xii
DAFTAR LAMPIRAN	
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	
C. Tujuan Penelitian	
D. Manfaat Penelitian	
1. Manfaat Teoritis	
2. Manfaat Praktis	
E. Sistematika Penulisan Skripsi	
E. Sistematika Penunsan Skripsi	, 1 4
BAB II LANDASAN TEORI	
Penelitian Terdahulu	. 16
B. Perilaku Konsumtif	. 19
1. Pengertian Perilaku	. 19
2. Faktor-faktor Pembentuk Perilaku	. 20
3. Proses Pembentukan Perilaku	
4. Pengertian Perilaku Konsumtif	
5. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif	
6. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif	. 25
C. Konformitas Teman Sebaya	
1. Pengertian Konformitas Teman Sebaya	
2. Dasar Pembentuk Konformitas Teman Sebaya	
3. Aspek-aspek Konformitas Teman Sebaya	
4. Faktor yang Mempengaruhi Konformitas Teman Sebaya	
D. Kerangka Berpikir	
E. Hipotesis Penelitian	. 50

BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	52
B. Variabel Penelitain	54
1. Identifikasi Variabel	54
2. Hubungan Antar Variabel	55
3. Definisi Operasional Variabel	55
C. Populasi dan Sampel	57
1. Populasi Penelitian	57
2. Sampel Penelitian	58
D. Metode dan Alat Pengumpulan Data	61
1. Metode Pengumpulan Data	
2. Alat Pengumpulan Data	63
E. Instrumen Penelitian, Validitas, dan Reliabilitas	66
1. Penyusunan Instrumen	66
2. Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	67
a. Validitas	67
1) Hasil Uji Validitas Skala Konformitas Teman Sebaya	69
2) Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif	
b. Reliabilitas	
1) Hasil Uji Reliabilitas Skala Konformitas Teman Sebaya	75
2) Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif	75
F. Teknik Analisis Data	
1. Analisis Deskriptif Persentase	77
2. Analisis Korelasi Product Moment (Pearson)	79
3. Uji Hipotesis	81
a. Uji Normalitas	81
b. Uji Linieritas	82
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	83
1. Tingkat Konformitas Teman Sebaya pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019	83
2. Tingkat Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri	05
40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019	85
3. Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku	05
Konsumtif pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang	
Tahun Ajaran 2018/2019	87
B. Pembahasan	
Tingkat Konformitas Teman Sebaya pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri	70
40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019	90
2. Tingkat Perilaku Konsumtif pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri	70
40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019	93
3. Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku)3
Konsumtif pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang	
Tahun Ajaran 2018/2019	95
C. Keterbatasan Penelitian	
	/ 0

BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	100
B. Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	106

DAFTAR TABEL

Tabe	el Halam	nan
3.1	Daftar Populasi Kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019	58
3.2	Daftar Anggota Populasi dan Sampel Kelas VIII SMP Negeri 40	
2.2	Semarang tahun ajaran 2018/2019	61
3.3	Kategori Jawaban Skala Konformitas Teman Sebaya dan Skala Perilaku	
	Konsumtif	
	Kisi-kisi Skala Konformitas Teman Sebaya	
3.5	Kisi-kisi Skala Perilaku Konsumtif	64
3.6	Hasil Uji Validitas Skala Konformitas Teman Sebaya	70
	Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif	
	Hasil Uji Reliabilitas Skala Konformitas Teman Sebaya	
3.9	Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif	75
3.10	Teknik Analisis Data	77
3.11	Kategori Tingkat Kuisioner	79
	Interpretasi koefisien korelasi nilai r	
	Kategori Tingkatan Variabel Konformitas Teman Sebaya	
	Persentase Konformitas Teman Sebaya per-indikator	
	Kategori Tingkatan Variabel Perilaku Konsumtif	
	Persentase Perilaku Konsumtif per-indikator	
4.5	Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov Smirnov (K-S)	
4.6	Hasil Uji Linieritas	
	Hasil Uji korelasi <i>product moment (pearson)</i>	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Kerangka Berpikir Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya	
dengan Perilaku Konsumtif	50
3.1 Hubungan Antar Variabel	55
3.2 Langkah-langkah Penyusunan Instrumen Penelitian	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Data Awal Angket Perilaku Konsumtif	107
2. Tabulasi Data Awal Angket Perilaku Konsumtif	
3. Pedoman Wawancara Data Awal	109
4. Kisi-Kisi Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Try Out	111
5. Skala Perilaku Konsumtif Sebelum Try Out	113
6 Kisi-Kisi Skala Konformitas Teman Sebaya Sebelum Try Out	119
7. Skala Konformitas Teman Sebaya Sebelum Try Out	120
8. Hasil Uji Validitas Skala Perilaku Konsumtif	
9. Hasil Uji Validitas Skala Konformitas Teman Sebaya	
10. Hasil Uji Reliabilitas Skala Perilaku Konsumtif dan Skala Konformitas	
Teman Sebaya	
11. Kisi-Kisi Skala Perilaku Konsumtif Setelah Try Out	135
12. Skala Perilaku Konsumtif Setelah Try Out	
13. Kisi-Kisi Skala Konformitas Teman Sebaya Setelah Try Out	142
14. Skala Konformitas Teman Sebaya Setelah Try Out	
15. Tabulasi Hasil Skala Konformitas Teman Sebaya	
16. Tabulasi Hasil Skala Perilaku Konsumtif	151
17. Output Uji Normalitas Skala Perilaku Konsumtif	
dan Skala Konformitas Teman Sebaya	155
18 . Output Uji Linieritas Skala Perilaku Konsumtif	
dan Skala Konformitas Teman Sebaya	156
19. Hasil Analisis Deskriptif Persentase Skala Perilaku Konsumtif	
dan Skala Konformitas Teman Sebaya	157
20. Hasil Uji Korelasi Skala Perilaku Konsumtif	
dan Skala Konformitas Teman Sebaya	158
21. Dokumentasi	
22. Surat Izin Penelitian Kepada Kepala SMP Negeri 40 Semarang	160
23. Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari SMP Negeri 40	
Semarang	161

BABI

PENDAHULUAN

Bab ini diuraikan tentang apa yang diteliti, mengapa dan untuk apa penelitian dilakukan. Oleh karena itu, bab ini memuat uraian tentang (1) latar belakang masalah, (2) rumusan masalah, (3) tujuan penelitian, (4) kegunaan penelitian, (5) sistematika penulisan.

A. Latar Belakang Masalah

Tengah arus modernitas seperti saat ini, perilaku konsumtif remaja seakan dianggap sesuatu yang wajar, yang dikemukakan oleh Suminar (2015:145). Remaja merupakan salah satu contoh yang paling mudah terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan, mempunyai orientasi yang kuat untuk mengkonsumsi suatu produk dan tidak berpikir hemat menurut Bitta (dalam Suminar, 2015: 146). Fakta ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa usia yang sangat konsumtif adalah kelompok remaja Fitriyani (dalam Oktafikasari & Mahmud, 2017: 685).

Menurut Wahyudi (2013: 30) "perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata". Terutama pada remaja, pengaruh pergaulan budaya barat yang

mengarah pada pemenuhan gaya hidup anak zaman sekarang yang mengarah pada kesenangan supaya dikatakan gaul.

Berdasarkan penelitian di Cina yang dilakukan Majeed (2017: 6), sekitar 25% dari iklan memiliki selebriti, dan telah menjadi fenomena modis. Menampilkan selebriti dalam iklan berpengaruh dalam menangkap tingkat perhatian konsumen. Iklan dapat mempengaruhi penonton dan keputusan pembelian mereka tentang produk dan layanan. Sehingga para remaja cenderung selalu ingin memiliki barang-barang tersebut dan berlebihan dalam membeli atau mengonsumsi. Sikap atau perilaku remaja yang mengkonsumsi barang secara berlebihan dan tidak wajar inilah yang disebut perilaku konsumtif (Ningsih, 2016: 46). Remaja sering dijadikan target bagi pemasaran berbagai produk industri, antara lain karakteristik mereka yang labil dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan, konsumerisme pun muncul tidak terlepas dari pengaruh dari pengaruh serbuan mal-mal ke dalam kota (Halim, 2008: 133).

Selanjutnya pada penelitian Wagner (dalam Mulyono, 2014) fenomena yang terjadi di Semarang, sebagian besar konsumen *mall-mall* di Kota Semarang seperti *Paragon City Mall, Citraland Mall*, dan *Java Mall* adalah remaja, rata-rata frekuensi mereka mengunjungi mall yang terbanyak setiap bulannya 75% adalah laki-laki dan 60% adalah perempuan. Data di atas

menunjukkan masih banyaknya pelajar di Kota Semarang yang masih berperilaku pembelian *impulsive* atau pun konsumtif.

Masa remaja dipandang sebagai periode perkembangan yang menentukan, karena di dalamnya terdapat proses transisi dari masa kanak-kanak menuju masa dewasa. Seseorang yang ada pada tahap ini akan bergerak dari sebagai bagian suatu kelompok keluarga menuju menjadi bagian dari suatu kelompok teman sebaya hingga akhirnya mampu berdiri sendiri sebagai seorang dewasa, pendapat ini didukung oleh Mabey dan Sorensen (dalam Gelrard dan Gelrard, 2011: 1). Masa remaja memiliki tugas perkembangan untuk mencapai hubungan baru yang lebih matang dengan teman sebaya baik pria maupun wanita. Pada masa ini remaja mulai mendekatkan diri kepada orang lain dilingkungannya dengan kata lain lebih luas dalam lingkungan sosial. Menurut Ali dan Asrori (2014: 87) anak semakin luas bergaul dengan teman-temannya serta berhubungan dengan guru-guru yang memiliki pengaruh sangat besar terhadap proses sosial remaja.

Ketercapaian belajar siswa prestasi belajar yang baik, namun seiring perkembangan zaman aneka penyakit yang menulari masyarakat tidak lagi mendorong ke arah prestasi yang lebih baik, melainkan ke arah konsumsi yang berlebihan dan kesenangan. Perkembangan zaman telah merubah paradigma dan tata nilai hidup manusia khususnya remaja, termasuk dalam hal konsumsi. Barang-barang yang dahulu dianggap kebutuhan sekunder, telah menjadi kebutuhan primer dan barang-barang mewah telah menjadi kebutuhan sekunder, bahkan sekarang menjadi kebutuhan primer. Barang-barang

kebutuhan saat ini telah banyak yang menjadi kebutuhan utama yang biasanya berupa fasilitas-fasilitas yang membuat kesenangan semata.

Aspek-aspek perilaku konsumtif menurut Lina dan Rosyid (dalam Haryani, 2015:6) adalah: 1) pembelian impulsif (*impulsive buying*). Aspek ini menunjukkan bahwa seorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tiba-tiba / keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional, 2) pemborosan (*wasteful buying*) Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas dan 3) mencari kesenangan (*non rational buying*) suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan.

Berdasarkan hasil wawancara menunjukkan bahwa pengeluaran konsumsi siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019 untuk kebutuhan jajan lebih tinggi dibandingkan dengan pengeluaran siswa untuk kebutuhan belajar, seperti membeli buku dan sebagainya. Hasil rata-rata yang diperoleh, rata-rata menunjukkan sekitar Rp. 450.000 per-bulan untuk kebutuhan kategori uang jajan, kebutuhan belajar dan transportasi. Walaupun kegunaan uang saku untuk jajan ini lebih tinggi daripada kegunaan uang saku untuk kebutuhan yang lain, namun ini belum dapat mencerminkan siswa berperilaku konsumtif. Untuk memperkuat dugaan mengenai perilaku konsumtif di SMPN 40 Semarang pada kelas VIII dilakukan observasi awal dengan responden 30 siswa. Hal ini diperkuat melalui penyebaran angket

kepada 30 siswa. Hasil analisis angket memiliki perilaku konsumtif dengan hasil presentase 75%, menunjukkan tingkat kriteria konsumtif tinggi.

Selanjutnya peneliti data awal kepada 10 perwakilan siswa dari 72 siswa yaitu 13,89 %. Dari hasil wawancara diperoleh bahwa tujuh siswa menyatakan kegunaan uang saku untuk jajan dan dan digunakan untuk bermain di mall seperti nonton bioskop, timezone, makan, membeli barang sesuatu di mall, gonta-ganti telepon genggam yang seharusnya siswa SMP belum terlalu memerlukan penggunaan telefon genggam. Mereka juga masih meminta uang tambahan untuk membeli barang melalui online shop. Salah satu siswa juga memperkuat perilaku konsumtif, yaitu ia sering sekali membeli baju dan *make up* di mall atau toko bersama dengan temantemannya, meskipun di rumah ia sudah memiliki barang tersebut lebih dari satu. Tiga siswa menyatakan kegunaan uang saku untuk jajan pada jam istirahat seperlunya saja dikarenakan selalu membawa bekal makan dari rumah. Terkadang uang saku yang diberikan orang tua masih sisa banyak untuk ia tabung membeli keperluan LKS, dan peralatan tulis.

Ironisnya pola hidup konsumtif ini juga telah mulai ditawarkan kepada remaja yang masih belia dengan menyediakan berbagai permainan ketangkasan di mal dimana orang tua harus mengeluarkan puluhan ribu rupiah sekali main untuk menyenangkannya (Halim, 2008: 136). Mengingat perilaku konsumtif melanda kehidupan remaja yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya. Ketidakjelasan terhadap peran membuat remaja masih mencari-cari pegangan yang dapat

digunakan sebagai acuan agar eksistensinya diakui oleh lingkungan. Kondisi tersebut ditambah dengan tingkat kestabilan emosi yang masih sangat terbatas,serta pola pemikiran yang cenderung dipengaruhi oleh lingkungan eksternalnya menyebabkan remaja belum dapat menyaring informasi yang ia anggap baik atau tidak bagi dirinya.

Menurut Jean Piaget (dalam Ali dan Asrori, 2014: 87) mengatakan bahwa permulaan kerja sama dan konformisme sosial semakin bertambah pada saat anak-anak mencapai usia 7 sampai 10 tahun dan mencapai puncak kurva pada saat anak berada di antara umur 9 sampai 15 tahun. Ini dapat diartikan bahwa konformisme semakin bertambah dengan bertambahnya usia sampai permulaan remaja dan setelah itu mengalami penurunan kembali. Manusia untuk mencapai peran sosialnya guna memenuhi kebutuhan kehadiran orang lain untuk berinteraksi dalam hidupnya, manusia melakukan penyesuaian terhadap lingkungan sekitarnya. Tujuan bimbingan dan konseling memiliki kemampuan berinteraksi sosial(human relationship), diwujudkan dalam bentuk hubungan persahabatan, persaudaraan atau silaturahmi dengan sesama manusia (Yusuf, 2008: 14).

Kotler dalam Haryani (2015: 6) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh empat faktor, yaitu faktor kebudayaan, terdiri dari: budaya, sub-budaya, dan kelas sosial: faktor sosial, terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status; faktor pribadi, terdiri dari: usia, tahapan dalam siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, konsep diri dan kepribadian; dan faktor psikologis, terdiri dari: motivasi,

persepsi, pengetahuan, keyakinan dan sikap. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler ada empat faktor, satu diantaranya yang mempengaruhi perilaku konsumtif dalam penelitian ini yaitu faktor sosial, terdiri dari: kelompok acuan, keluarga, serta peran dan status, dapat dikatakan dalam faktor ini adalah konformitas baik dengan teman sebaya maupun keluarga.

Konformitas teman sebaya pada remaja yang masih bersekolah dapat berbentuk positif atau negatif. Murtiadi (2015: 90) menyatakan bahwa konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau dibayangkan. Menurut Taylor (2009: 253) konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Desmita (2009: 220) mengartikan teman sebaya adalah teman yang seumuran dan mempunyai tingkat kedewasaan yang cenderung sama. Pada prinsipnya hubungan dengan teman sebaya mempunyai arti yang sangat penting bagi kehidupan remaja. Adanya penyesuaian terhadap teman sebaya sehingga memunculkan penilaian dari orang lain (lingkungan), serta penyesuaian terhadap norma yang berlaku memunculkan rasa takut jika melanggar sehingga akan membuat seseorang akan mempertimbangkan setiap perilaku yang akan ditunjukkannya.

Berdasarkan penelitian tentang "Conformity of Witnesses with Low Self-Esteem to Their Co-Witnesses" yang dilakukan oleh Tainaka & Tamoko

(2014), dalam penelitiannya bahwa seseorang yang memiliki rendah diri akan lebih sering melakukan konformitas dibandingkan dengan seseorang yang memiliki harga diri yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ciri-ciri kepribadian seseorang merupakan faktor terpenting dalam konformitas.

Usia 12-15 tahun secara umum berada pada lingkungan sekolah menengah pertama. Lingkungan sekolah dan pergaulan sebaya mempunyai pengaruh besar dalam terbentuknya konformitas remaja, pendapat ini didukung oleh Sudyastuti & Mugiarso (2016: 25). Ketika lebih banyak menghabiskan waktu diluar daripada di dalam rumah dan sebagian besar waktu di luar digunakan untuk bergaul dengan teman sebaya dan sebagai akibatnya adalah pengaruh kelompok teman sebaya lebih besar daripada dari dalam rumah. Perilaku tingkah laku kelompok teman sebaya akan berarti bagi dirinya. Penelitian sebelumnya (Ningsih, 2016: 48) menyatakan bahwa dalam memperoleh jati diri remaja berusaha membentuk citra tentang dirinya, upaya ini terlihat dalam suatu gambaran tentang bagaimana setiap remaja mempersepsikan dirinya. Termasuk bagaimana ia mencoba menampilkan diri secara fisik. Hal tersebut membuat mereka sensitif terhadap gambaran fisik sehingga mendorong melakukan berbagai upaya agar tampilan fisik sesuai dengan tuntutan kelompok sosial mereka.

Bila remaja terjerat dalam hidup konsumtif maka kebutuhan yang menjadi prioritas utama menjadi tidak terpenuhi. Akibatnya terjadi pemborosan karena remaja membelanjakan sebagian besar uangnya untuk mengejar gengsi semata. Orang tuapun tentunya akan keberatan jika sebagian besar uang yang diberikan kepada anaknya digunakan untuk hal-hal yang kurang bermanfaat. Remaja yang berasal dari keluarga dengan tingkat perekonomian rendah, keinginan untuk selalu berperilaku konsumtif akan lebih sulit terpenuhi. Akibatnya, muncul perilaku untuk mencuri atau merampok demi memenuhi keinginan. Selain adanya kecenderungan untuk menjadi pelaku tindakan kriminal.

Seperti yang terjadi di Sambiroto Tembalang, Semarang pada Sabtu tanggal 20 Januari 2018, dilakukan dua orang pelajar yang berstatus pelajar kelas XI di sebuah SMK Negeri di Kota Semarang. Motif kedua pelaku murni untuk menguasai harta benda milik korban, dilakukan untuk mendapatkan uang guna membayar uang sekolah. Orangtua kedua pelaku mampu dan rutin memberikan uang SPP. Akan tetapi uang yang diberikan orangtua mereka salah gunakan untuk memenuhi keinginan mereka. Kata Hastaning, anak-anak zaman sekarang juga memiliki kemauan yang tinggi, tapi cenderung memilih jalan pintas. Karena ketidakmauan mereka dalam berusaha akhirnya jalan pintas, tanpa usaha untuk mendapatkan sesuatu dan menganggap semua itu mudah. (Sumber: Tribun Jateng, 24 Januari 2018).

Hal ini pasti akan menimbulkan penyimpangan dari perkembangan peserta didik yang tidak akan diharapkan. Oleh karena itu, untuk mencegah agar peserta didik tidak akan melakukan penyimpangan perilaku dan mencapai tugas perkembangannya dengan baik maka bimbingan konseling memberikan pelayanan agar peserta didik mampu mencapai tugas

perkembangan, mencapai potensi dengan bekal kemandirian emosional dan ekonomi (Ali & Asrori, 2014: 10).

Bukunya Williamson yang dikutip oleh Latipun (2005: 37) menjelaskan tujuan konseling secara umum adalah untuk membantu klien mencapai perkembangan secara optimal dalam batas-batas potensinya. Tujuan tersebut dapat dirinci berdasarkan dari masalah-masalah yang dihadapi klien. Krumboltz mengklarifikasi tujuan konseling menjadi tiga macam, yaitu: (1) Mengubah perilaku yang salah penyesuaian, (2) Belajar membuat keputusan, dan (3) Mencegah munculnya masalah. Banyak materi layanan yang diberikan bagi perserta didik untuk mencegah perilaku menyimpang jika masuk kedalam suatu kelompok baru, sebagai wawasan bahwa bagaimanakah cara bersosialisasi yang baik, mencari teman yang cocok, berkomunikasi yang terpuji dan lain sebagainya.

Maka dari guru BK harus respon dan mampu mempersiapkan layanan yang sesuai untuk mengantisipasi konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif pada peserta didiknya yang tidak sesuai dengan norma dan tugas perkembangan peserta didik. Materi layanan tersebut meliputi dari layanan pribadi dan sosial yang sudah dikemas dalam kerangka kerja utuh bimbingan konseling. Selain itu, melakukan layanan konseling yang melakukan penyimpangan dari perkembangan peserta didik yang tidak diharapkan.

Penelitian ini dilakukan di SMP N 40 Semarang karena pergaulan siswa SMP N 40 Semarang terdapat suatu sistem bergaul yang berkelompok-

kelompok. Mereka mengikuti gaya bergaul ini sesuai dengan tingkat ekonomi mereka. Kelompok itu pun mereka saling menunjukkan penampilan yang dipandang sebagai ukuran status ekonomi mereka masing-masing di depan teman-temannya dan dengan sendirinya teman-teman yang lain akan berusaha mengikuti agar mereka merasa tidak berbeda dan diterima di dalam kelompok tersebut.

Perilaku konsumtif yang dapat dilihat mulai dari penampilan mereka yang berlebihan misalnya memakai aksesoris, jam tangan, sepatu dengan merek dan harga mahal. Kepemilikan *handphone* banyak menyediakan fasilitas yang semakin canggih diantara teman-temannya yang sebenarnya kurang berguna dalam hubungannya tugas sebagai seorang siswa di sekolah yaitu belajar. Selanjutnya seringnya remaja berbelanja di mall tujuannya bukan mencukupi kebutuhan primer tetapi lebih didasarkan pada gengsi dan kepuasan saja.

Tambunan dalam Nurachma (2017: 491), menyatakan bahwa perilaku konsumtif pada remaja muncul karena remaja ingin menunjukkan bahwa mereka juga dapat mengikuti mode yang sedang beredar, ikut-ikutan teman, ingin tampak berbeda dengan orang lain dan cenderung tidak pernah puas dengan apa yang sudah dimilikinya. Perilaku konsumtif oleh kalangan remaja ataupun dewasa merupakan suatu fenomena yang terjadi pada saat ini. Berdasarkan fenomena-fenomena di atas tentang konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif pada remaja, peneliti bermaksud untuk mengkaji lebih dalam tentang "Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan

Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019".

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah:

- Bagaimana tingkat konformitas teman sebaya pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang?
- 2. Bagaimana tingkat perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang?
- 3. Apakah terdapat hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah diajukan,maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

- Mengetahui tingkat konformitas teman sebaya pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang.
- Mengetahui tingkat perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang.
- Menganalisis dan mengidentifikasi hubungan antara konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada semua pihak. Adapun manfaat dari penelitian ini baik secara teoritis maupun secara praktis adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian dapat dipergunakan sebagai wahana pengembangan ilmu pengetahuan sehingga, semakin berkembang dan memperkaya dalam pengetahuan, terutama dalam hal hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa.

2. Secara Praktis

a. Bagi Kepala Sekolah

Sebagai bahan masukan untuk bidang kesiswaan SMP N 40 Semarang dalam membuat program agar para siswa tidak memiliki perilaku konsumtif dan mengatasi perilaku konsumtif. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan bekal dalam melaksanakan tugasnya sebagai kepala sekolah dan guru, untuk mengajarkan pemahaman mendasar tentang pergaulan siswa dalam berteman dan gaya hidup siswa didiknya terhadap perilaku konsumtif, dengan demikian kepala sekolah dan guru mampu memberikan pembelajaran kepada anak didiknya agar mampu mengendalikan diri dan selektif dalam menjalin hubungan pertemanan dan membeli barang juga tidak mudah terpengaruh oleh era tren di era perkembangan zaman.

b. Bagi Konselor Sekolah/Guru BK

Memberikan acuan dan masukan kepada konselor sekolah/guru mengenai pergaulan siswa SMP N 40 Semarang saat ini dan pemanfaatan potensi dalam diri siswa, baik segi intelegensi, sumber daya dan rasa ingin tahu yang tinggi.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Memberikan informasi dan referensi bagi penelitian sejenis berdasarkan temuan hasil penelitian dan kelemahan yang mungkin ditemukan dalam penelitian ini.

E. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan skripsi didasarkan pada Pedoman Penulisan Skripsi Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, yang terdiri dari lima bab sebagai berikut:

BAB 1 Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 Landasan Teori

Bab ini berisi penelitian terdahulu dan teori-teori yang melandasi penelitian ini. Beberapa konsep teori yang disajikan pada bab ini mencakup konsep dasar perilaku konsumtif, pengertian perilaku, faktor pembentuk perilaku, proses pembentukan perilaku, pengertian perilaku

konsumtif, aspek-aspek, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Selanjutnya konformitas teman sebaya, pengertian, dasar pembentuk, aspek-aspek, faktor yang mempengaruhi konformitas teman sebaya, kerangka berpikir dan hipotesis penelitian.

BAB 3 Metode Penelitian

Bab ini berisi mengenai jenis penelitian, variabel penelitian, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, validitas dan reliabilitas data, teknik analisis data, serta hasil uji validitas dan reliabilitas instrument.

BAB 4 Hasil dan Pembahasan

Bab ini berisi mengenai hasil penelitian dan pembahasan.

BAB 5 Penutup

Bab ini berisi simpulan dan saran peneliti sebagai implikasi dari penelitian.

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab ini dibahas tentang: (1) penelitian terdahulu, (2) perilaku konsumtif, (3) pengertian perilaku, (4) faktor-faktor pembentuk perilaku, (5) proses pembentukan perilaku, (6) pengertian perilaku konsumtif, (7) aspek-aspek perilaku konsumtif, (8) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, (9) konformitas teman sebaya, (10) pengertian konformitas teman sebaya, (11) dasar pembentuk konformitas teman sebaya, (12) aspek-aspek konformitas teman sebaya, (13) faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas teman sebaya, (14) hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, (15) kerangka berpikir, (16) hipotesis.

A. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat proses penelitian ini, peneliti mengemukakan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini antara lain:

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amaliya & Setiaji (2017), hasil penelitian ditemukan bahwa variabel perilaku konsumtif siswa berada pada kriteria tinggi dengan rata-rata skor 40,17 %. Ada pengaruh positif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial yakni sebesar 16,48% dan memberikan pengaruh positif. Hal yang membedakan penelitian ini adalah pada analisis data menggunakan regresi.

Sejalan dengan penelitian tentang "Conformity of Witnesses with Low Self-Esteem to Their Co- Witnesses" yang dilakukan oleh Tainaka & Tamoko (2014), dalam penelitiannya bahwa seseorang yang memiliki rendah diri akan lebih sering melakukan konformitas dibandingkan dengan seseorang yang memiliki harga diri yang lebih tinggi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ciri-ciri kepribadian seseorang merupakan faktor terpenting dalam konformitas. Perbedaan penelitian ini terletak pada variabel yang muncul sebagai akibat dari variabel bebas atau konformitas teman sebaya.

Sama halnya dengan penelitian dilakukan oleh Nurachma dan Arief (2017), hasil penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa secara simultan sebesar 35%. Ada pengaruh positif kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif secara parsial sebesar 12,81%. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *peer group* (kelompok teman sebaya) terhadap perilaku konsumtif pada siswa. Hal yang membedakan penelitian ini adalah pada analisis data menggunakan regresi.

Selanjutnya penelitian dilakukan oleh Afriyanti (2016) yang berjudul "Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Membolos Siswa di SMK", menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku membolos siswa. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku membolos siswa dan semakin rendah konformitas semakin rendah perilaku membolos siswa. Penelitian ini memiliki keterkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Dalam penelitian ini bertujuan untuk

melihat bagaimana hubungan konformitas dengan perilaku membolos sedangkan penelitian yang akan dilakukan peneliti adalah bertujuan untuk melihat hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif siswa.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mau, Klein & Reisch (2014), hasil penelitian menunjukkan lebih dari 140 tahun setelah tindakan diberlakukan, anak-anak merupakan kelompok sasaran utama bagi produsen dan pengecer. Pengaruh orang tua juga tergantung pada kelompok produk. Dalam kelompok fokus dan wawancara dengan remaja perempuan 12 hingga 16 tahun. Variabel yang berpengaruh pada sosialisasi konsumen berkaitan dengan pembelian dan konsumsi fashion. Pada penelitian ini bahwa kelompok persahabatan dapat memiliki pengaruh besar pada kemampuan konsumen anak-anak dan pengetahuan.

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian terdahulu, disini penulis dalam pembahasan penulisan tentang hubungan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, dapat disimpulkan bahwa terdapat kesamaan penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu adalah sama-sama mengkaji perilaku konsumtif pada remaja; sedangkan perbedaannya terletak pada penelitian terdahulu korelasi teman bersifat sangat umum. Pada penelitian ini korelasi teman lebih spesifik berupa konformitas teman sebaya. Perbedaan lainnya terletak pada subjek penelitian terdahulu pada penelitian sebelumnya adalah fokus, indikator dan metode penelitian yang berbeda.

B. Perilaku Konsumtif

1. Pengertian Perilaku

Perilaku adalah segenap manifestasi hayati individu dalam berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang paling nampak sampai yang tidak nampak, dari yang dirasakan sampai yang tidak dirasakan (Nurlaela, 2014: 44). Sedangkan menurut Walgito (2003: 15), "perilaku atau aktivitasaktivitas dalam pengertian yang luas, yaitu perilaku yang menampak (*overt behavior*) dan atau perilaku yang tidak menampak (*innert behavior*). Sebagaimana diketahui perilaku atau aktivitas yang ada pada individu atau organisme itu tidak timbul dengan sendirinya, tetapi sebagai akibat dari stimulus yang diterima oleh organisme yang bersangkutan baik stimulus internal maupun stimulus eksternal.

Menurut Notoatmojo dalam Nurlaela (2014: 43) perilaku dibedakan menjadi dua yaitu perilaku tertutup (convert behavior) dan perilaku terbuka (overt behavior). Perilaku tertutup merupakan respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (convert). Respon atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan, kesadaran, dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut, dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain. Perilaku terbuka merupakan respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktek, yang dengan mudah dapat di amat atau dilihat oleh orang lain.

Berdasarkan dari penjabaran di atas pengertian perilaku adalah semua kegiatan atau aktivitas manusia baik yang diamati langsung, maupun yang dapat diamati oleh pihak luar. Perilaku merupakan cerminan kongkret yang tampak dalam sikap, perbuatan dan kata-kata yang muncul karena proses pembelajaran, rangsangan dan lingkungan.

2. Faktor-Faktor Pembentuk Perilaku

Menurut Abdurrahmat (dalam Nurlaela, 2014: 44) faktor-faktor yang mempengaruhi dinamika perilaku individu adalah sebagai berikut:

- 1) Pengamatan atau penginderaan (*sensation*), adalah proses belajar mengenal segala sesuatu yang berada di lingkungan sekitar dengan menggunakan alat indera penglihatan(mata), pendengaran (telinga), pengecap (lidah), pembau (hidung), dan perabaan (kulit, termasuk otot).
- 2) Persepsi (*perception*), adalah menafsirkan stimulus yang telah ada di oyak atau pengertian individu tentang situasi atau pengalaman. Ciri umum persepsi terkait dengan dimensi ruang dan waktu, terstruktur, menyeluruh, dan penuh arti. Persepsi bersifat subjektif dan dipengaruhi oleh perhatian selektif, ciri-ciri rangsangan, nilai dan kebutuhan individu, serta pengalaman.
- 3) Berpikir (*reasoning*), adalah aktivitas yang bersifat ideasional untuk menemukan hubungan antara bagian-bagian pengetahuan. Berpikir bertujuan untuk membentuk pengertian, membentuk pendapat, dan menarik kesimpulan. Proses berpikir kreatif terdiri dari: persiapan, inkubasi, iluminasi, dan verifikasi. Jenis berpikir ada dua, yaitu berpikir tingkat rendah dan tingkat tinggi.
- 4) Intelegensi, dapat diartikan sebagai kemampuan mental yang melibatkan proses berpikir rasional, kemampuan individu untuk menyesuaikan diri dengan situasi baru, kemampuan memecahkan simbol-simbol tertentu. Intelegensi tidak sama dengan IQ karena IQ hanya rasio yang diperoleh dengan menggunakan tes tertentu yang tidak atau belum tentu mengaggambarkan kemampuan individu yang lebih kompleks. Teori tentang intelegensi diantaranya G-Theory (general theory) dan S-Theory(specific theory). Intelegensi dipengaruhi oleh faktor bawaan lingkungan.
- 5) Sikap (*Attitude*) adalah evaluasi positif-negatif-ambivalen individu terhadap objek, peristiwa, orang, atau ide tertentu. Sikap merupakan perasaan, keyakinan, dan kecenderungan perilaku yang relatif menetap. Unsur-unsur sikap meliputi kognisi, afeksi, dan kecenderungan bertindak. Faktor-faktor yang mempengaruhi terbentuknya sikap adalah

pengalaman khusus, komunikasi dengan orang lain, adanya model, iklan, dan opini, lembaga-lembaga sosial dan lembaga keagamaan.

Berdasarkan dari penjabaran di atas faktor-faktor pembentuk perilaku adalah pengamatan atau penginderaan,persepsi, berpikir, intelegensi dan sikap. Perilaku berinteraksi dengan lingkungan, mulai dari perilaku yang yang paling nampak sampai yang tidak nampak dan dari yang dirasakan sampai yang tidak dirasakan.

3. Proses Pembentukan Perilaku

Seperti yang telah dipaparkan bahwa perilaku manusia sebagian besar adalah berupa perilaku yang dibentuk dan perilaku yang dipelajari. Menurut (Walgito, 2003: 18), proses pembentukan perilaku adalah sebagai berikut:

a. Cara pembentukan perilaku dengan kondisioning atau kebiasaan

Cara pembentukan perilaku dengan cara membiasakan diri untuk berperilaku seperti yang diharapkan, akhirnya akan terbentuklah perilaku tersebut. Misalnya membiasakan diri untuk bangun pagi dan menggosok gigi sebelum tidur. Cara ini didasarkan atas teori belajar kondisioning yang dikemukakan oleh Pavlov maupun Thorndike dan Skinner.

b. Pembentukan perilaku dengan pengertian (*insight*)

Contoh dari pembentukan perilaku dengan pengertian, misalnya bila naik motor harus memakai helm karena helm tersebut untuk keamanan diri. Cara ini berdasarkan atas teori belajar kognitif, yaitu belajar dengan disertai adanya pengertian.

c. Pembentukan perilaku dengan menggunakan model

Pembentukan perilaku dengan menggunakan model atau contoh, misalnya apabila ada orang bicara bahwa orang tua sebagai contoh anak-

anaknya, pemimpin sebagai panutan yang dipimpinnya. Cara belajar ini didasarkan atas teori belajar sosial yang dikemukakan oleh Bandura.

Berdasarkan dari penjabaran di atas proses pembentukan perilaku dari perilaku yang dibentuk dan perilaku yang dipelajari yaitu pembentukan dengan kebiasaan, pengertian dan menggunakan model.Proses pembentukan itu dihasilkan dari proses belajar mengajar akibat dari interaksi individu dengan lingkungan sekitarnya yang diakibatkan oleh pengalaman-pengalaman pribadi.

4. Pengertian Perilaku Konsumtif

Menurut Wahyudi (2013:30) "Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda mewah dan berlebihan dan penggunaaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata". Berkonsumsi dalam hal ini tidak lagi dilakukan karena produk tersebut memang dibutuhkan, namun berkonsumsi dilakukan karena alasanalasan lain seperti sekedar mengikuti mode, hanya ingin mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial dan sebagainya. Sedangkan menurut Ardiyanti & Harnanik (2017: 60) perilaku konsumtif adalah ada keinginan untuk mengkonsumsi secara berlebihan. Hal ini akan menyebabkan pemborosan biaya, apalagi untuk siswa yang belum memiliki penghasilan sendiri.

Menurut Echols dan Shadly dalam Yalinda (2016: 109), hal mengemukakan bahwa perilaku konsumtif merupakan bentuk kata sifat yang

berasal dari "consumer" yang berarti memakai produk, baik barang-barang industri maupun jasa. Konsumtif berarti bersifat mengkonsumsi barang secara berlebihan. Sedangkan menurut Lina dan Rosyid (dalam Imawati, 2013:49) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku membeli yang tidak lagi didasarkan pada pertimbangan yang rasional melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang tidak rasional lagi. Perilaku membeli yang lebih didominasikan oleh keinginan-keinginan di luar kebutuhan dan hanya untuk memenuhi hasrat semata. Belanja menjadi alat pemuas keinginan, terkadang barang-barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan, akan tetapi karena pengaruh *trend* atau mode yang tengah berlaku. Berkembangnya perilaku konsumtif pada remaja mencakup semua gender baik laki-laki maupun perempuan seperti yang dikemukakan Sipunga & Muhammad (2014: 63).

Kesimpulan dari pengertian diatas perilaku konsumtif adalah perilaku dalam membeli suatu barang yang berlebihan tanpa memikirkan terlebih dahulu kebutuhan dan kegunaannya. Perilaku konsumtif merupakan perilaku individu dalam membeli barang yang mengutamakan keinginannya untuk membeli suatu barang atau jasa.

5. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Lina dan Rosyid (dalam Haryani 2015: 6) aspek-aspek perilaku konsumtif adalah sebagai berikut:

a. Pembelian impulsif (*impulsive buying*). Aspek ini menunjukkan bahwa seorang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tibatiba/keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu

- mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional.
- b. Pemborosan (*wasteful buying*) Perilaku konsumtif sebagai salah satu perilaku yang menghamburkan-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas.
- c. Mencari kesenangan (non rational buying) suatu perilaku dimana konsumen membeli sesuatu yang dilakukan semata-mata untuk mencari kesenangan. Salah satu yang dicari adalah kenyamanan fisik dimana para remaja dalam hal ini dilator belakangi oleh sifat remaja yang akan merasa senang dan nyaman ketika dia memakai barang yang dapat membuatnya merasa trendy.

Sebagaimana yang diungkapkan Sumartono (dalam Rumingsih & Soesilowati, 2016: 194-195) bahwa perilaku konsumtif dapat diindikasikan sebagai berikut: (1) Membeli produk karena iming-iming hadiah. (2) Membeli produk karena kemasannya menarik. (3) Membeli produk demi menjaga penampilan diri dan gengsi. (4) Membeli produk atas pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat atau kegunaannya). (5) Membeli produk hanya sekedar menjaga symbol status. (6) Memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. (7) Munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. (8) Mencoba lebih dari dua produk sejenis (merek berbeda).

Maka dapat disimpulkan dari pengertian di atas aspek-aspek dalam perilaku konsumtif adalah pembelian impulsive, pemborosan dan mencari kesenangan. Aspek lainnya adalah karena iming-hadiah, kemasan menarik, iklan, gengsi dan menjaga penampilan diri.

6. Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut Setiadi (2008: 11), faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang konsumtif, sangat dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi dari pembeli yaitu sebagai berikut:

a. Faktor Kebudayaan

1) Kebudayaan

Kebudayaan merupakan pola-pola perilaku yang disadari, diakui dan dimiliki bersama serta berlangsung dalam kelompok baik kelompok besar maupun kelompok kecil. Kebudayaan merupakan faktor penentu yang paling dasar dari keinginan dan perilaku seseorang. Seorang anak yang sedang tumbuh mendapatkan seperangkat nilai, persepsi, preferensi dan perilaku melalui suatu proses sosialisasi yang melibatkan keluarga dan lembaga-lembaga sosial penting lainnya.

2) Sub-budaya

Setiap kebudayaan mempunyai sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, area geografis.

3) Kelas sosial

Kelas-kelas sosial adalah kelompok yang relative homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat yang keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang sama. Kelas sosial tidak ditentukan oleh faktor tunggal seperti pendapatan, tetapi diukur sebagai kombinasi pekerjaan, pendapatan, pendidikan, kekayaan dan variabel lainnya. Kelas sosial memperlihatkan produk dan merek yang berbeda.

b. Faktor-faktor Sosial

1) Kelompok Referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seorang. Beberapa diantaranya adalah kelompok *primer*, yang dengan adanya interaksi yang cukup berkesinambungan seperti, keluarga, teman, tetangga dan teman sejawat. Kelompok *sekunder*, yang cenderung lebih resmi dan yang mana interaksi yang terjadi kurang berkesinambungan. Kelompok yang seseorang ingin menjadi anggotanya disebut kelompok *aspirasi*. Sebuah kelompok *diasosiatif* (memisahkan diri) adalah sebuah kelompok yang nilai atau perilakunya tidak disukai oleh individu. Orang umumnya sangat dipengaruhi oleh kelompok referensi mereka pada tiga cara. Pertama, kelompok referensi memperlihatkan pada seseorang perilaku dan gaya hidup baru. Kedua, mereka juga mempengaruhi sikap dan konsep jatidiri seseorang karena orang tersebut umumnya ingin "menyesuaikan

diri". Ketiga, mereka menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri yang dapat mempengaruhi pilihan produk dan merek seseorang.

2) Keluarga

Anggota keluarga pembeli dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku pembeli. Keluarga orientasi adalah keluarga yang terdiri dari orang tua yang memberikan arah dalam hal tuntunan agama, politik, ekonomi, dan harga diri. Bahkan jika pembeli sudah tidak berhubungan lagi dengan orangtua,pengaruh terhadap perilaku pembeli tetap ada. Sedangkan keluarga prokreasi, yaitu keluarga yang terdiri atas suami-istri dan anak pengatuh pembelian iu akan sangat terasa.

3) Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya, keluarga, klub dan organisasi. Posisi seseorang dalam setiap kelompok dapat diidentifikasi dalam peran dan status. Tiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan umum oleh masyarakat. Contohnya adalah direktur memakai pakaian yang mahal dan mengendarai mobil Mercedes.

c. Faktor Pribadi

1) Umur dan Tahapan dalam Siklus Hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga, beberapa penelitian terakhir telah diidentifikasi tahapan-tahapan siklus hidup psikologis. Orang-orang dewasa biasanya mengalami perubahan atau transformasi tertentu pada saat mereka menjalani hidupnya.

2) Pekerjaan

Pekerjaan seseorang mempengaruhi barang dan jasa yang dibelinya.

Dengan demikian setiap produk diidentifikasi sesuai kelompok yang berhubungan dengan jabatan yang mempunyai minat di atas rata-rata.

3) Keadaan Ekonomi

Keadaan ekonomi sangat mempengaruhi pilihan produk. Memperhatikan kecenderungan dalam pendapatan pribadi, tabungan dan tingkat bunga. Keadaan ekonomi yang dimaksud adalah terdiri dari pendapatan yang dapat dibelanjakan (tingkatnya, stabilitasnya dan polanya), tabungan dan hartanya (termasuk persentase yang mudah dijadikan uang), kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap mengeluarkan lawan menabung.

4) Gaya Hidup

Gaya hidup seseorang adalah pola hidup di dunia yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan "seseorang secara keseluruhan" yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu dibalik kelas sosial seseorang.

5) Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian yang dimaksud adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang relatif konsisten. Kepribadian dapat merupakan suatu variabel yang sangat berguna dalam menganalisa perilaku konsumen. Bila jenis-jenis kepribadian dapat diklarifikasikan dan memiliki korelasi yang kuat antara jenis-jenis kepribadian tersebut dengan berbagai pilihan produk atau merk.

4) Faktor-faktor Psikologis

Pada suatu saat tertentu seseorang mempunyai banyak kebutuhan baik yang bersifat biogenic maupun biologis. Kebutuhan ini timbul dari suatu keadaan fisiologis tertentu seperti rasa lapar, haus dan sebagainya. Sedangkan kebutuhan yang bersifat psikologis adalah kebutuhan yang timbul dari keadaan fisiologis tertentu seperti kebutuhan untuk diakui, harga diri atau kebutuhan untuk diterima oleh lingkungannya. Pilihan pembelian seseorang juga dipengaruhi oleh faktor psikologis yang utama, yaitu motivasi, persepsi, proses belajar serta kepercayaan dan sikap.

Selain itu ada banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif menurut (Nitisusastro, 2013:70):

a. Faktor Internal yang terdiri dari:

1) Motivasi (*Motivation*)

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

2) Persepsi (*Perception*)

Individu yang termotivasi pasti akan siap bereaksi, namun bagaimana individu tersebut bertindak, yaitu dengan dipengaruhi oleh persepsi mengenai situasi dan kondisi tempat ia tinggal. Perbedaan persepsi konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam melakukan pembelian atau penggunaan barang atau jasa.

3) Pembelajaran (*Learning*)

Merujuk pada perubahan yang relatif dalam perilaku yang disebabkan oleh pengalaman, dengan hasil pengetahuan dan pengalaman ini akan memberikan bekal untuk bertindak dimasa datang jika menghadapi situasi dan kondisi yang sama.

4) Kepribadian (*Personality*)

Setiap orang memiliki kepribadian yang berbeda yang mempengaruhi perilaku pembelian. Kepribadian merupakan karakteristik psikologis yang berbeda dari seseorang yang menyebabkan tanggapan yang relatif konsisten dan bertahan lama terhadap lingkungannya. Pengaruh kepribadian konsumen terhadap produk bisa bermacam-macam, antara lain berupa kesetiaan terhadap suatu merek produk. Konsumen tipe ini seringkali tidak mudah untuk menerima produk baru atau berpindah kepada produk lain. Konsumen dengan kepribadian yang kuat di satu sisi merupakan konsumen yang setia, namun di sisi lain juga merupakan target pasar yang harus dijangkau dengan upaya yang lebih besar.

5) Sikap (*Attitude*)

Sikap ialah suatu keadaan pada diri seseorang untuk berperilaku suka atau tidak suka ketika dihadapkan pada satu situasi. Sesuatu atau lingkungan yang menarik biasanya disukai orang dan sebaliknya sesuatu atau lingkungan yang kurang bahkan tidak menarik biasanya tidak disukai orang. Perilaku konsumen suka atau tidak suka bisa diakibatkan oleh bermacam sebab, antara lain tidak mengetahui tidak mengerti, tidak memahami, atau bahkan tidak memahami tentang manfaat suatu produk atau jasa.

b. Faktor Eksternal

1) Budaya

Budaya merupakan karakter masyarakat secara keseluruhan. Unsurunsur budaya meliputi bahasa, pengetahuan, hukum, agama, kebiasaaan makan, seni, teknologi, pola kerja, produktivitas dan ciri-ciri lainnya.Budaya dan sub-budaya berpengaruh sangat kuat terhadap sikap dan perilaku penduduk. Terutama pada tingkat pendidikan, tingkat pendidikan yang relatif lebih tinggi akan memiliki perilaku yang lebih teliti dalam memilih produk yang dibutuhkan. Pengetahuan yang dimilikinya memberikan bekal yang cukup bagi yang bersangkutan untuk membedakan mana produk yang baik dan mana produk yang buruk.

2) Demografi

Berupa data yang menggambarkan tentang pendapatan, kesempatan kerja, pendidikan dan kepemilikan rumah berdasarkan etnik, suku bangsa dan agama. Guna mengetahui, memahami dan meyakini betapa pentingnya

pengetahuan tentang konsumen, struktur menggambarkan jender, tingkat usia seseorang, latar belakang pendidikan, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan, gaya hidup dan sebaran penduduk.

3) Status Sosial

Status sosial sebagai satu rangkaian tingkatan posisi sosial, dimana tiap anggota dari tingkatan menempati posisinya, atau sejumlah kelompok yang membagi-bagi kelompoknya dalam beberapa strata tingkatan. Status sosial secara tidak langsung mempengaruhi gaya hidup (*life style*) seseorang. Masyarakat yang memiliki tingkat pendapatan yang tinggi lazimnya cenderung membelanjakan uangnya untuk membeli barang dan atau jasa yang harganya juga tinggi.

4) Referensi Kelompok

Kelompok nyata atau maya yang membayangkan mempunyai kesamaan penilaian aspirasi atau perilaku. Referensi kelompok mempengaruhi konsumen dalam tiga cara, tentang informasi, tentang pemakaian dan tentang penilaian. Terdapat sekelompok orang di dalam masyarakat, yang karena memiliki sikap dan ciri tertentu telah dijadikan acuan dan atau rujukan dalam berperilaku, yang dalam hal ini perilaku dalam membeli.

5) Keluarga

Dalam keluarga dengan pola yang demikian, maka perilaku anggota keluarga sangat dipengaruhi oleh pimpinan keluarga suami atau ayah. Keputusan untuk membeli atau tidak membeli atau keputusan membeli pilihan merek A atau merek B ditentukan oleh persepsi dan motivasi kepala keluarga.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang memperngaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor eksternal dan internal. Faktor yang berasal dari dalam diri maupun luar (lingkungan) individu. Selain faktor eksternal dan internal terdapat faktor kebudayaan, sosial, pribadi dan psikologi.

C. Konformitas Teman Sebaya

1. Pengertian Konformitas Teman Sebaya

Konformitas terjadi dalam beberapa bentuk dan mempengaruhi aspekaspek kehidupan remaja. Menurut Myers (2012: 253) yang dimaksud konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan seseorang akibat dari tekanan kelompok, terdiri dari dua jenis. Pertama, pemenuhan pada dasarnya di luar mengikuti apa yang dilakukan kelompok sementara di dalam tidak menyetujui hal tersebut; serangkaian pemenuhan disebut dengan kepatuhan, pemenuhan dengan perintah langsung. Kedua penerimaan, adalah meyakini dan juga melakukan sesuai dengan yang diinginkan. Seseorang menampilkan perilaku tertentu karena orang lain juga menampilkan perilaku tersebut, maka hal ini biasa disebut konformitas.

Sisi lain konformitas merupakan perubahan dalam perilaku seseorang untuk menyelaraskan lebih dekat dengan standar kelompok, dikemukakan King (dalam Rosmayati & Sunawan, 2017: 51). Asch (dalam Baron & Byrne, 2005: 88) penelitian klasikalnya mengidentifikasikan bahwa banyak orang

akan mengikuti tekanan sosial dari kelompok yang bersuara bulat. Konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain (Taylor, 2009: 253). Agar dapat diterima oleh kelompok, mereka akan bertingkah laku sama seperti apa yang dilakukan oleh anggota kelompok tersebut. Walaupun tingkah laku pada kelompok itu bertentangan dengan individu, tetap saja harus mengikuti apa saja yang sudah menjadi kebiasaan dari kelompok tersebut agar dapat diterima Fauziyah &Stanislaus (2014: 21).

Hal yang senada dikemukan oleh Murtiadi (2015: 90) menyatakan bahwa konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok yang real atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Jadi, kalau anda merencanakan untuk menjadi ketua kelompok, aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga.

Kebanyakan remaja dianggap bebas memilih sendiri baju dan gaya rambutnya. Akan tetapi, orang sering lebih suka mengenakan baju seperti orang lain dalam kelompok sosial mereka, dan karenanya mengikuti tren busana terbaru. Mengikuti norma kelompok sering menjadi syarat agar kita

bisa diterima dan agar tercipta kerukunan. Sisi lain, orang Amerika menghargai individualism dan khawatir bahwa orang lain akan dapat dengan mudah dipaksa untuk melawan keyakinan personal mereka karena "semua orang melakukannya", pendapat ini didukung oleh (Taylor, 2009: 253).

Konformitas yang dimaksud dalam penelitian ini dilakukan oleh individu dengan kelompok teman sebaya (*peer group*). Berdasarkan penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas teman sebaya adalah usaha penyesuaian diri dari remaja untuk berperilaku sama dan menjalankan peran sosialnya sesuai dengan harapan dan norma yang berlaku di dalam kelompok yang mempunyai usia, sifat dan tingkat kedewasaan yang sama.

2. Dasar Pembentuk Konformitas Teman Sebaya

Taylor (2009: 258) menjelaskan alasan orang melakukan konformitas yaitu:

a. Pengaruh informasi: Keinginan untuk bertindak benar.

Pengaruh informasi merupakan proses yang menyebabkan perilaku orang lain bisa mengubah keyakinan kita atau intepretasi kita atas situasi dan konsekuensinya membuat kita bertindak sesuai dengan kelompok itu. Tendensi untuk menyesuaikan diri berdasarkan pengaruh informasi ini bergantung pada dua aspek, yaitu seberapa besar keyakinan kita pada kelompok dan seberapa yakinkah kita pada penilaian diri kita sendiri. Semakin besar kepercayaan kita pada informasi dan opini kelompok, semakin mungkin kita menyesuaikan diri dengan kelompok itu. Segala sesuatu yang meningkatkan kepercayaan kita pada kebenaran kelompok

kemungkinan akan meningkatkan konformitas kita. Sementara itu, kepercayaan atau penilaian pada diri sendiri menjadi penyeimbang pada keyakinan kepada kelompok. Semakin kurang kompeten dan semakin sedikit pengetahuan kita pada suatu topik, semakin mungkin kita menyesuaikan diri atau melakukan konformitas.

b. Pengaruh normatif: Keinginan agar disukai

Keinginan agar diterima secara sosial dinamakan pengaruh normatif. Kita sering ingin agar orang lain menerima diri kita, menyukai kita dan memperlakukan kita dengan baik. Secara bersamaan kita ingin menghindari penolakan, pelecehan dan ejekan. Pengaruh normatif terjadi saat kita mengubah perilaku untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok atau standar kelompok agar kita diterima secara sosial.

Berdasarkan penjabaran di atas dapat disimpulkan bahwa dasar pembentukan konformitas teman sebaya ialah pengaruh informasi dimana keinginan untuk bertindak benar dan pengaruh normatif ada keinginan agar disukai oleh kelompok. Individu mengubah perilaku dirinya untuk menyesuaikan dirinya dengan norma-norma yang ada di kelompok agar dirinya dapat diterima secara sosial oleh kelompoknya.

3. Aspek-aspek Konformitas Teman Sebaya

Konformitas sebaya dibentuk dari beberapa aspek. Menurut Taylor (2009: 258) kekompakan yang tinggi menimbulkan konformitas yang semakin tinggi. Alasan utamanya adalah bahwa bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok yang lain, akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk

mengakui dan semakin menyakitkan bila mereka mencela. Sears (1985: 80) menyebutkan aspek-aspek konformitas yaitu:

a. Kurangnya informasi

Orang lain merupakan sumber informasi yang penting. Seringkali mereka mengetahui sesuatu yang tidak kita ketahui; dengan melakukan apa yang mereka lakukan kita akan memperoleh manfaat dari pengetahuan mereka. Tingkat konformitas yang didasarkan pada informasi ditentukan oleh dua aspek situasi: Sejauh mana mutu informasi yang dimiliki orang lain tentang apa yang benar. Dan sejauh mana kepercayaan diri kita terhadap penilaian kita sendiri.

b. Kepercayaan terhadap kelompok

Faktor utamanya adalah apakah individu mempercayai informasi yang dimiliki oleh kelompok atau tidak. Dalam situasi konformitas, individu mempunyai suatu pandangan dan kemudian menyadari bahwa kelompoknya menganut pandangan yang bertentangan. Individu ingin memberikan informasi yang tepat. Oleh karena itu, semakin besar kepercayaan individu terhadap kelompok sebagai sumber informasi yang benar, semakin besar pula kemungkinan untuk menyesuaikan diri terhadap kelompok.

c. Kepercayaan yang lemah terhadap penilaian sendiri

Salah satu faktor yang sangat mempengaruhi rasa percaya diri dan tingkat konformitas adalah tingkat keyakinan orang tersebut pada kemampuannya sendiri untuk menampilkan suatu reaksi. Salah satu faktor yang mempengaruhi keyakinan individu terhadap kecakapannya adalah

tingkat kesulitan penilaian yang dibuat. Semakin sulit penilaian tersebut, semakin rendah rasa percaya yang dimiliki individu dan semakin besar kemungkinan bahwa dia akan mengikuti penilaian orang lain.

d. Rasa takut terhadap celaan sosial

Alasan utama konformitas yang kedua adalah demi memperoleh persetujuan, atau menghindari celaan kelompok. Sebagai contoh, seorang anak akan mengerjakan semua pekerjaan rumahnya dan berusaha meraih nilai yang terbaik dalam ujian karena hal itu akan membuat orang tuanya senang dan memberikan pujian. Contoh lainnya misal, salah satu alasan mengapa tidak mengenakan pakaian bergaya Hawai ke tempat ibadah karena semua umat yang hadir akan melihat dengan rasa tidak senang.

e. Rasa takut terhadap penyimpangan

Rasa takut dipandang sebagai orang yang menyimpang merupakan faktor dasar hampir dalam semua situasi sosial. Kita ingin agar kelompok tempat kita berada menyukai kita, memperlakukan kita dengan baik, dan bersedia menerima. Kita khawatir bahwa bila berselisih paham dengan mereka, mereka tidak akan menyukai kita dan menganggap kita sebagai orang tidak ada artinya. Kita cenderung menyesuaikan diri untuk menghindari akibat-akibat semacam itu. Setiap individu menduduki suatu posisi dan individu menyadari bahwa posisi itu tidak tepat. Berarti individu telah menyimpang dalam pikirannya sendiri yang membuatnya merasa gelisah dan emosi terkadang menjadi tidak terkontrol. Individu cenderung

melakukan suatu hal yang sesuai dengan nilai-nilai kelompok tersebut tanpa memikirkan akibatnya nanti.

Menurut Taylor (2009: 261) terdapat dua aspek konformitas, yaitu:

- a. Kekompakan, yaitu kekuatan yang dimiliki kelompok acuan menyebabkan individu tertarik dan ingin tetap menjadi anggota kelompok. Eratnya hubungan individu dengan kelompok acuan disebabkan perasaan suka antara anggota kelompok serta harapan memperoleh manfaat dari keanggotaannya. Semakin besar rasa suka anggota yang satu terhadap anggota yang lain, dan semakin besar harapan untuk memperoleh manfaat dari keanggotaan kelompok serta semakin besar kesetiaan individu terhadap kelompok maka akan semakin kompak kelompok tersebut. Contoh kekompakan ialah bersedia melakukan apapun untuk diterima dalam kelompok, merasa senang berada di dalam kelompok, dan meniru sebagian besar perilaku kelompok.
- b. Kesepakatan, sesuatu yang sudah menjadi keputusan bersama menjadikan kekuatan sosial yang mampu menimbulkan konformitas. Contoh kesepakatan ialah menganggap pendapat kelompok adalah yang benar, menyetujui pendapat kelompok meskipun berubah-ubah, dan bergantung kepada keputusan kelompok.
- c. Ketaatan, respon yang timbul sebagai akibat dari kesetiaan atau ketertundukan individu atas otoritas tertentu, sehingga otoritas membuat orang menjadi *conform* terhadap hal-hal yang disampaikan. Contoh

ketaatan ialah taat terhadap peraturan kelompok, bertindak sesuai aturan kelompok dan rela berkorban demi kelompok.

Selanjutnya Baron dan Byrne (2005: 63) membagi konformitas menjadi dua aspek, yaitu: (1) aspek normatif, aspek ini mengungkapkan adanya perbedaan atau penyesuaian persepsi, keyakinan maupun tindakan individu sebagai akibat dari pemenuhan penghargaan positif kelompok agar memperoleh persetujuan, disukai dan terhindar dari penolakan; (2) aspek informasional, aspek ini mengungkapkan adanya perubahan atau penyesuaian persepsi, keyakinan maupun perilaku individu sebagai akibat adanya kepercayaan terhadap informasi yang dianggap bermanfaat yang berasal dari kelompok.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa sub konformitas teman sebaya meliputi kekompakan, kesepakatan dan ketaatan. Maka dari itu, peneliti berpendapat bahwa indikator-indikator yang terkandung dalam konformitas teman sebaya, yaitu (1) kedekatan dan kelekatan dengan anggota kelompok, (2) perhatian terhadap kelompok, (3) kepercayaan terhadap kelompok, (4) kesepakatan atau kesamaan pendapat antar anggota kelompok, (5) kepatuhan untuk melakukan tindakan, dan (6) kerelaan untuk melakukan tindakan. Aspek-aspek ini yang kemudian dijabarkan ke dalam indikator untuk mengukur konformitas teman sebaya.

4. Faktor-faktor yang mempengaruhi Konformitas Teman Sebaya

Sebagian besar orang selalu bertingkah laku sesuai dengan norma sosial yang ada, dengan kata lain orang-orang menunjukkan kecenderungan

yang kuat terhadap konformitas. Menurut Myers menyebutkan ada enam faktor yang mempengaruhi konformitas sebagai berikut:

a. Ukuran Kelompok

Dalam eksperimen laboratorium, suatu kelompok kecil dapat memiliki suatu pengaruh yang besar. Persentase pejalan kaki yang meniru sekelompok orang yang melihat ke atas meningkat seiring peningkatan ukuran kelompok hingga 5 orang.

b. Keseragaman Suara

Eksperimen konformitas mengajarkan hal praktis bahwa lebih mudah jika kita berdiri membela sesuatu jika anda dapat menemukan orang lain yang berdiri di sisi yang sama dengan anda. Dukungan dari setidaknya satu orang akan banyak meningkatkan keberanian sosial yang dimiliki seseorang.

c. Kohesif

Semakin kohesif suatu kelompok, semakin kelompok tersebut memiliki kekuatan terhadap para anggota kelompoknya. Contohnya orang dalam suatu etnis tertentu mungkin merasakan suatu "konformitas tekanan yang sama dari kelompok" untuk berbicara, bertindak, dan berpenampilan sebagaimana anggota lain dalam kelompoknya.

d. Status

Orang-orang kalangan atas dan berstatus tinggi cenderung memiliki banyak pengaruh. Semakin tinggi status dari percontohan perilaku dan kepercayaan tersebut, semakin besar kecenderungan untuk memunculkan konformitas.

e. Respon Umum

Dalam eksperimen, orang-orang lebih seragam ketika mereka harus merespons di hadapan orang lain dibandingkan menuliskan jawaban mereka sendiri. Konformitas tertinggi terjadi ketika respons yang diberikan dimunculkan di hadapan publik (dalam keberadaan suatu kelompok).

f. Komitmen Sebelumnya

Suatu komitmen sebelumnya terhadap suatu perilaku atau kepercayaan tertentu akan meningkatkan kecenderungan bahwa seseorang akan tetap pada komitmen tersebut dan tidak menyeragamkan diri.

Menurut Baron dan Byrne (2005: 56), faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas yaitu:

a. Kohesivitas

Kohesivitas (*cohesiveness*), yang dapat didefinisikan sebagai derajat ketertarikan yang dirasa oleh individu terhadap suatu kelompok. Ketika kohesivitas tinggi, ketika kita suka dan mengagumi suatu kelompok orangorang tertentu, tekanan untuk melakukan konformitas bertambah besar. Salah satu cara untuk diterima orang-orang dalam kelompok adalah dengan menjadi seperti mereka dalam berbagai hal. Sebaliknya, ketika kohesivitas rendah tekanan terhadap konformitas juga rendah.

b. Ukuran Kelompok

Faktor kedua yang memiliki pengaruh penting pada kecenderungan untuk melakukan konformitas adalah ukuran dari kelompok yang berpengaruh. Semakin besar kelompok tersebut, maka semakin besar pula

kecenderungan kita ikut serta, bahkan meskipun itu berarti kita akan menerapkan tingkah laku yang berbeda dari yang sebenarnya kita inginkan.

c. Norma Sosial Deskriptif dan Norma Sosial Injungtif

Norma deskriptif adalah norma yang hanya mendeskripsikan apa yang sebagian besar seorang lakukan pada situasi tertentu. Norma-norma ini mempengaruhi tingkah laku dengan memberi tahu mengenai apa yang umumnya dianggap efektif atau adaptif pada situasi tersebut. Sebaliknya, norma injungtif menetapkan apa yang harus dilakukan, tingkah laku apa yang diterima atau tidak diterima pada situasi tertentu.

Menurut Sears (1985: 85) faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas adalah sebagai berikut:

a. Kekompakan Kelompok

Konformitas juga dipengaruhi oleh eratnya hubungan antara individu dengan kelompoknya. Istilah kekompakan dimaksudkan dengan istilah itu adalah jumlah total kekuatan yang menyebabkan orang tertarik pada suatu kelompok dan yang membuat mereka ingin tetap menjadi anggotanya. Kekompakan yang tinggi menimbulkan konformitas yang semakin tinggi. Peningkatan konformitas ini terjadi karena anggotanya enggan disebut sebagai orang yang menyimpang. Seperti yang telah kita ketahui, penyimpangan menimbulkan resiko ditolak. Alasan utamanya adalah bahwa bila orang merasa dekat dengan anggota kelompok yang lain, akan semakin menyenangkan bagi mereka untuk mengakui dan semakin menyakitkan bila mereka mencela.

b. Kesepakatan Kelompok

Faktor yang sangat penting bagi timbulnya konformitas adalah kesepakatan pendapat kelompok. Orang yang dihadapkan pada keputusan kelompok yang sudah bulat akan mendapat tekanan yang sangat kuat untuk menyesuaikan pendapatnya. Namun, bila kelompok tidak bersatu, akan tampak adanya penurunan tingkat konformitas. Bahkan bila satu orang saja tidak sependapat dengan anggota yang lain dalam kelompok tersebut, tingkat konformitas akan turun sekitar seperempat dari tingkat umumnya.

c. Ukuran Kelompok

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

d. Keterikatan pada Penilaian Bebas

Keterikatan sebagai kekuatan total yang membuat seseorang mengalami kesulitan untuk melepaskan suatu pendapat. Orang yang secara

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

e. Keterikatan terhadap NonKonformitas

Tipe keterikatan yang agak berbeda menyangkut perilaku konformitas itu sendiri. Orang yang, karena satu dan lain hal, tidak menyesuaikan diri pada percobaan-percobaan awal cenderung terikat pada perilaku konformitas ini. Orang yang sejak awal menyesuaikan diri akan tetap terikat pada perilaku tersebut.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas teman sebaya ialah ukuran kelompok, keseragaman suara, kohesif, status, respon umum, komitmen sebelumnya, norma sosial deskriptif dan norma sosial injungtif, kekompakan kelompok, kesepakatan kelompok, ketertarikan pada penilaian bebas dan ketertarikan terhadap nonkonformitas.

D. Kerangka Berpikir

Masa remaja dipandang sebagai periode perkembangan yang menentukan, karena di dalamnya terdapat proses transisi dari masa kanakkanak menuju masa dewasa. Seseorang yang ada pada tahap ini akan bergerak dari sebagai bagian suatu kelompok keluarga menuju menjadi bagian dari suatu kelompok teman sebaya hingga akhirnya mampu berdiri sendiri sebagai seorang dewasa, pendapat ini didukung oleh Mabey dan Sorensen dalam Gelrard dan Gelrard (2011: 1). Masa remaja memiliki tugas perkembangan untuk mencapai hubungan baru yang lebih matang dengan teman sebaya baik pria maupun wanita. Pada masa ini remaja mulai mendekatkan diri kepada orang lain dilingkungannya dengan kata lain lebih luas dalam lingkungan sosial. Remaja harus menyesuaikan diri dengan teman sebaya dan orang di luar lingkungan keluarga. Remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapat dimengerti bahwa pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan, dan perilaku lebih besar daripada pengaruh keluarga (Hurlock, 2006). Contohnya sebagian remaja mengetahui bahwa bila mereka memakai model pakaian yang sama dengan pakaian anggota kelompok yang populer, maka kesempatan untuk diterima oleh kelompok menjadi semakin besar.

Perilaku konsumtif pada remaja dapat disebabkan karena adanya keinginan untuk konform dengan teman sebaya. Perilaku konsumtif adalah perilaku seseorang yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, kecenderungan matrealistik, hasrat yang besar untuk memiliki benda-

benda mewah dan berlebihan dan penggunaaan segala hal yang dianggap paling mahal dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata (Wahyudi, 2013: 30). Konformitas teman sebaya cenderung lebih tinggi pada remaja awal dan kemudian akan menurun pada remaja akhir (Hurlock, 2006). 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 akhir ditunjukkan dengan adanya keinginan untuk berbeda dengan teman atau kelompok sebayanya (Hurlock, 2006).

Konformitas adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain (Taylor, 2009: 253). Konformitas teman sebaya adalah usaha penyesuaian diri dari remaja untuk berperilaku sama dan menjalankan peran sosialnya sesuai dengan harapan dan norma yang berlaku di dalam kelompok yang mempunyai usia, sifat dan tingkat kedewasaan yang sama. Pada remaja pengaruh teman sebaya atau kelompoknya cenderung lebih besar daripada pengaruh keluarga. Konformitas teman sebaya timbul akibat dari adanya keinginan agar diterima kelompok.

Penerimaan oleh kelompok sebaya menjadi sesuatu yang cukup diperhatikan oleh remaja. Mereka mencari dukungan dari teman-teman sebayanya. Seiring dengan itu, remaja mulai memperhatikan dan membandingkan penampilannya dengan teman sebayanya. Dari kelompok sebayanya, remaja memperoleh informasi mengenai barang-barang yang

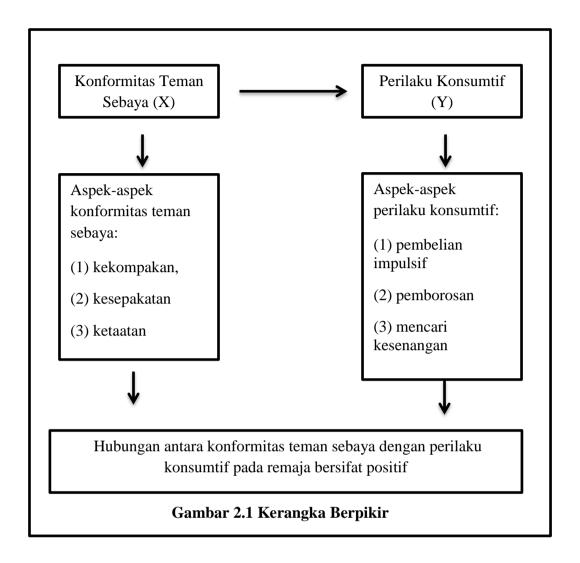
sedang trendi sehingga mereka tidak segan-segan mengeluarkan uang. Selain itu, seringkali terjadi para dalam membeli barang tidak didasarkan pada faktor kebutuhan tetapi mengutamakan pemuasan kebutuhan secara psikologis saja. Menurut Santor & Kusumakar (2000: 163) dalam temuannya menunjukkan bahwa tekanan teman sebaya dan konformitas teman sebaya potensial faktor resiko lebih tinggi daripada kebutuhan untuk menjadi popular. Remaja merasa puas apabila dapat membeli barang-barang yang oleh teman-teman sebayanya dianggap sedang trendi atau mode. Hal ini dapat menyebabkan remaja menjadi konsumtif karena dalam membeli barang hanya sekedar untuk mengikuti arus mode saja.

Remaja sering dijadikan target bagi pemasaran berbagai produk industri, antara lain karakteristik mereka yang labil dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan, konsumerisme pun muncul tidak terlepas dari pengaruh dari pengaruh serbuan mal-mal ke dalam kota (Halim, 2008: 133).

Tanpa disadari hal tersebut mendorong seseorang untuk membeli dan memberi terus sehingga menyebabkan remaja semakin terjerat dalam pola hidup yang konsumtif. Perilaku membeli di kalangan remaja dapat menjadi ajang pemborosan, karena selain remaja masih dalam pengawasan orang tua dan belum memiliki penghasilan. Pertumbuhan konsumen muda (antara usia 12 dan 34), relevansi kelompok teman sebaya berpengaruh pada perilaku

pembelian dirasakan semua lebih kuat. Peran kelompok teman sebaya pada keputusan pembelian antara remaja telah dinyatakan sebagai pengaruh penting dalam banyak studi penelitian (Fan & Li, 2010; Hawkins & Coney, 1974; Williams & Burns, 2001) dalam (Banerjee, 2016: 225).

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut di atas, tampak bahwa remaja yang menginginkan harmonisasi dan dukungan emosi dalam menjalin persahabatan akan lebih mudah dalam melakukan konformitas teman sebaya, mengikuti norma yang berlaku di kelompok, meskipun tidak ada paksaan secara langsung untuk hal itu. Remaja akan menyamakan tingkah laku, hobi, gaya hidup, penampilan agar tidak beda dengan kelompok sebayanya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya, oleh sebab itu perilaku konsumtif pun terjadi. Terlihat adanya suatu keterkaitan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada remaja.



E. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2014: 85) hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian. Berdasarkan uraian landasan teori di atas, maka hipotesis yang diajukan yaitu: Ho: Tidak adanya hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif.

Ha: Ada hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif.

Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik dengan data. Suatu penelitian, hipotesis mempunyai peranan di dalam memberikan arah dan tujuan yang tegas bagi peneliti dan memberikan bantuan dalam penentuan arah yang ditempuh. Hipotesis yang diajukan selanjutnya akan diuji kebenarannya dengan bantuan statistik dengan data-data yang terkumpul.

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa ketiga indikator dari konformitas teman sebaya menunjukkan kategori tinggi dengan perincian: kekompakan sebesar 69.27% menunjukan kategori tinggi, kesepakatan sebesar 65.81% menunjukan kategori sedang dan ketaatan sebesar 69.79% menunjukan kategori tinggi.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka disimpulkan bahwa tingkat konformitas teman sebaya pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 mayoritas berada pada kategori sedang dengan jumlah 83 siswa sebesar 53.5%.

2. Tingkat Perilaku Konsumtif Siswa Kelas VIII SMP N 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019

Hasil analisis deskriptif tingkat perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 dilakukan dengan menentukan persentase tingkatan perilaku konsumtif yang dimiliki siswa. Hasil kategori tingkatan variabel perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3 Kategori Tingkatan Variabel Perilaku Konsumtif

	Kategori	Kategori Tingkatan persentase	Frekuensi		
No			Frekuensi	Persentase	
1.	Sangat tinggi	84% - 100%	0	0%	
2.	Tinggi	68% - 83%	68	43.9%	
3.	Sedang	52% - 67%	66	42.6%	
4.	Rendah	36% - 51%	21	13.5%	
5.	Sangat Rendah	20% - 35%	0	0%	
			155	100%	

Pada tabel 4.3 diperoleh hasil analisis data deskriptif tingkat perilaku konsumtif yang diujikan kepada 155 responden dengan jumlah item sebanyak

49 item. Hasil analisis data deskriptif tingkat perilaku konsumtif yang diujikan kepada 155 responden, yang termasuk kategori tinggi sebanyak 43.9% dengan jumlah 68 siswa, sedangkan 42.6% dalam kategori sedang dengan jumlah 66 siswa, dan 13.5% termasuk kategori rendah dengan jumlah 21 siswa. Hal ini berarti sebagian siswa 43.9% mempunyai rata-rata tinggi.

Pada komponen ini terdapat 37 item soal pernyataan. Indikator dari variabel perilaku konsumtif yaitu pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan. Data persentase perilaku konsumtif per-indikator dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4 Persentase Perilaku Konsumtif per-indikator

Indikator	Persentase	Kriteria		
Pembelian Impulsif	56.59%	Sedang		
Pemborosan	67.52%	Sedang		
Mencari Kesenangan	63.29%	Sedang		

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa ketiga indikator dari perilaku konsumtif menunjukkan kategori sedang dengan perincian: pembelian impulsive sebesar 56.59% menunjukan kategori sedang, pemborosan sebesar 67.52% menunjukan kategori sedang dan mencari kesenangan sebesar 63.29% menunjukan kategori sedang.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka disimpulkan bahwa tingkat perilaku konsumtif siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 mayoritas berada pada kategori tinggi dengan jumlah 68 siswa sebesar 43,9%.

3. Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Siswa Kelas VIII SMP N 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019

Pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 yaitu uji analisis korelasi *product moment (pearson)* dengan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 21. Untuk menjawab pengujian hipotesis, maka diperlukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu yang terdiri dari pengujian normalitas dan linearitas data dengan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 21.

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual data penelitian berdistribusi normal atau tidak. Nilai residual dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi > 0,05, tetapi jika nilai signifikansi < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal. Pengujian ini dilakukan dengan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 21 dan pengambilan keputusan berdasarkan indeks *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil uji normalitas data selanjutnya dilihat pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas dengan *Kolmogorov Smirnov (K-S)*

Variabel	Sig	P	Keterangan
Konformitas	0.317	0.05	Normal
Teman Sebaya			
Perilaku	0.06	0.05	Normal
Konsumtif			

Berdasarkan tabel 4.5 diketahui bahwa data yang diberikan kepada 155 responden, pada variabel konformitas teman sebaya memiliki memiliki nilai

signifikansi *K-S* sebesar 0.317, dan variabel perilaku konsumtif memiliki nilai signifikansi *K-S* sebesar 0.06, sehingga data berdistribusi normal karena memiliki nilai signifikasi >0.05 (p>0.05). Hasil uji normalitas ini menunjukan bahwa data penelitian ini dapat dilanjutkan untuk dianalisis dengan menggunakan uji korelasi *product moment (pearson)*.

Uji linieritas data digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Uji linieritas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak (Ghozali, 2016: 159). Hasil uji linieritas selanjutnya dilihat pada tabel 4.6 berikut:

Tabel 4.6 Hasil Uji Linieritas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of	
			Square	the Estimate	
1	.327ª	.107	.101	19.65154	

a. Predictors: (Constant), x1k

Sumber: Data primer diolah (2018)

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 21.0, menunjukkan bahwa dalam tabel 4.6 diperoleh nilai R^2 sebesar 0.107 dengan jumlah n = 155 maka besarnya c^2 hitung yaitu 155 x 0.107 = 16,585. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan c^2 tabel *Critical Values for The Chi-Square Distribution* yaitu sebesar 182,865. Artinya terdapat hubungan yang linier antara variabel konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif karena memiliki nilai c^2 hitung c^2 tabel. Oleh sebab itu, data telah memenuhi syarat untuk uji korelasi *product moment (pearson)*.

Pengujian selanjutnya dilakukan untuk menjawab hipotesis penelitian tentang hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019. Hipotesis penelitian ini adalah "Ada hubungan positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019".

Menjawab hipotesis penelitian perlu dilakukan pengujian hubungan menggunakan uji korelasi *product moment (pearson)* dengan bantuan aplikasi IBM SPSS *Statistics* versi 21. Hasil perhitungan uji korelasi *product moment (pearson)* selanjutnya dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7 Hasil Uji korelasi *product moment (pearson)*

Variabel	N	$\mathbf{r}_{\mathbf{x}}$	$\mathbf{r}_{\mathbf{y}}$	P
Konformitas Teman	155	1	.342	0.000
Sebaya				
Perilaku Konsumtif	155	.342	1	0.000

Berdasarkan tabel 4.7 hubungan variabel konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif yang diberikan kepada 155 responden memiliki nilai signifikansi (p = 0.000) dan nilai korelasi *product moment* (r = 0.342). Sehingga variabel konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif berhubungan secara positif dan signifikan, karena memiliki nilai (p = 0.000 <0.05) dan memiliki drajat hubungan korelasi rendah, karena memiliki nilai (r = 0.342) yang berada pada rentang 0.20–0.399 drajat interpretasi hubungan koefisien "r".

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan dengan drajat korelasi rendah antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, sehingga Ha diterima, dimana "Ada hubungan positif dan signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019".

B. Pembahasan

Hasil analisis data yang diperoleh diketahui terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif pada remaja di SMP Negeri 40 Semarang. Pembahasan dalam penelitian ini selanjutnya akan dibahas lebih lanjut sebagai berikut:

1. Tingkat Konformitas Teman Sebaya Siswa Kelas VIII SMP N 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019

Hasil penelitian diperoleh tingkat konformitas teman sebaya siswa kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 mayoritas berada pada kategori sedang. Meskipun terdapat beberapa siswa yang memiliki tingkat konformitas teman sebaya tinggi. Tingginya konformitas teman sebaya siswa terjadi karena menurut Suminar (2015: 146) besarnya keinginan untuk mencapai hormonisasi dan mendapat penerimaan sosial membuat remaja melakukan konformitas terhadap teman sebaya atau kelompoknya, hal ini membuat remaja dituntut untuk menyesuaikan diri terhadap teman sebaya atau kelompoknya. Sebagaimana diungkapkan oleh Hariyono (2015: 576) masa remaja sangat membutuhkan teman-teman dan senang apabila mempunyai banyak teman yang menyukainya, dan sedang mengalami perkembangan baik dalam kognisi, afeksi maupun konasinya sehingga mereka cenderung selalu ingin tahu hal-hal baru dan mencobanya.

Berdasarkan hasil penelitian ini indikator kekompakan menunjukkan pada kriteria tinggi, Taylor (2009) menjelaskan bahwa "seorang yang berhadapan dengan mayoritas yang kompak akan cenderung untuk ikut menyesuaikan diri dengan mayoritasnya tersebut. Namun apabila kelompok itu tidak kompak, maka ada penurunan konformitas". Hal ini sesuai dengan pendapat Morgan, King dan Robinson sebagaimana dikutip Yuliantari (2015: 96) menyebutkan adanya faktor konformitas teman sebaya dalam kelompok membuat remaja cenderung mengubah pandangan atau perilakunya, dengan tujuan untuk menyesuaikan dengan tuntutan norma sosialnya. Hal ini mereka lakukan karena mereka tetap ingin kompak dengan kelompok dan tidak ingin disebut menyimpang dari kelompok.

Indikator kesepakatan menunjukkan pada kriteria sedang, dengan adanya kesepakatan dalam kelompok dan mereka percaya bahwa peraturan, nilai dan norma dalam kelompok yang berlaku memiliki tujuan yang baik, namun dalam kesepakatan remaja masih melihat adanya pelanggaran yang dilakukan oleh anggota lain. Namun apabila remaja melakukan pelanggaran takut akan dikucilkan. Menurut Baron dan Byrne (2005), orang yang memilih melakukan konformitas dengan sepenuh hatinya akan menimbulkan kebingungan dalam waktu sebentar, sementara halnya bagi orang yang tidak melakukan konformitas namun pada waktu yang bersamaan tidak ingin menjadi berbeda, mereka bertingkah laku secara tidak konsisten pada *belief* pribadi mereka, efeknya orang-orang ini cenderung mengubah persepsi mereka bahwa tindakan melakukan konformitas dapat dibenarkan.

Sedangkan indikator ketaatan menunjukkan pada kriteria tinggi, menurut Baron dan Byrne (2005), ketika seorang merasa takut akan penolakan dari orang lain, mereka akan melakukan kecenderungan konformitas yang lebih besar. Sebagian besar orang melakukan tingkah laku yang menjadi harapan orang lain, hal ini akan membelajarkan kita bahwa dengan menyetujui atau sependapat dengan orang-orang disekitar dan bertindak seperti mereka akan membuat orang disekitar menyukai kita.

Menurut Sholihah (2011) menunjukkan bahwa gambaran konformitas ialah dimana subjek penelitian untuk menjadi pribadi yang mandiri, pribadi diri sendiri. Mereka ingin mempertahankan pendapat mereka apabila menurut mereka pendapat itu benar dan tidak terpengaruh oleh bujukan teman. Remaja ini sudah mulai menemukan identitas diri mereka sehingga mereka ingin menunjukkan jati diri mereka dengan menjadi diri mereka sendiri tanpa meniru dan mengikuti pengaruh dari teman-teman sebayanya apabila mengarah perilaku negatif. Konformitas teman sebaya pada siswa diharapkan mereka mampu bergaul dan berkomunikasi dengan baik terhadap sesama kelompok sebayanya.

Menurut Sudyastuti dan Mugiarso (2016) tujuan dari penelitiannya adalah mengetahui gambaran konformitas siswa, dimana layanan konseling kelompok dijadikan alternatif untuk meningkatkan konformitas pada siswa dengan memberikan kesempatan pada siswa untuk saling mengenal juga saling berpendapat dan mengasah kemampuan sosial, pemanfaatan dinamika kelompok diharapkan mampu memunculkan konformitas positif pada anggota

kelompok. Konformitas diharapkan berdampak positif bagi kehidupan dan perilaku siswa yaitu melakukan hal-hal yang benar serta menjauhi hal-hal negatif, selain itu juga konformitas teman sebaya dapat membelajarkan siswa atau remaja untuk menyeimbangkan diri dalam hubungan dengan orang lain.

Pembahasan mengenai tingkat konformitas teman sebaya siswa, dapat disimpulkan bahwa tingkat konformitas teman sebaya kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 mayoritas berada pada kategori sedang. Meskipun terdapat beberapa siswa yang memiliki tingkat konformitas teman sebaya tinggi, rendah maupun sangat tinggi.

2. Tingkat Perilaku Konsumtif Siswa Kelas VIII SMP N 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019

Hasil penelitian diperoleh tingkat perilaku konsumtif siswa kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 mayoritas berada pada kategori tinggi. Tingginya perilaku konsumtif siswa terjadi karena sebagaimana yang dikutip Suminar (2015: 146) masa remaja merupakan masa yang sangat terpengaruh dengan pola konsumsi yang berlebihan, memiliki orientasi yang kuat mengkonsumsi suatu produk dan tidak berpikir hemat. Melalui perilaku berbelanja secara berlebihan dalam kesehariannya bertujuan ingin menyatakan bahwa dirinya termasuk remaja yang tidak ketinggalan jaman (gaul). Akhirnya remaja merasa puas ketika mereka berperilaku sesuai dengan lingkungannya supaya mendapatkan penerimaan dan penghargaan diri atas orang lain apabila mereka berpenampilan yang mereka anggap memberikan kenyamanan fisik dan kepuasan serta keinginan untuk memenuhi

hasrat kesenangan semata-mata untuk pamer kepada teman-temannya, meskipun perilaku tersebut menyimpang dari usianya.

Hasil analisis deskriptif masing-masing indikator pada variabel perilaku konsumtif diketahui bahwa semua indikator yang digunakan yakni pembelian impulsif, pemborosan dan mencari kesenangan dalam kategori sedang. Hal ini variabel perilaku konsumtif dilihat dari indikator yang digunakan sudah sejalan dengan teori. Hal tersebut dipengaruhi oleh beberapa aspek, Sumartono sebagaimana dikutip Ruminingsih (2016: 194-195) aspek tersebut yaitu: (1) remaja membeli produk karena iming-iming hadiah, (2) kemasannya menarik, (3) menjaga penampilan dan gengsi, (4) siswa membeli produk sekedar menjaga simbol status, (5) unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan. Adanya aspek tersebut menyebabkan muncul penilaian bahwa membeli barang dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri.

Menurut Hariyono (2015: 576) karakteristik remaja yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga pada akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Mereka terusmenerus membeli barang-barang yang menunjang penampilan padahal barang-barang yang mereka miliki masih bermanfaat. Sebagaimana pendapat Yuliantari (2015: 89) perilaku konsumtif apabila tidak dikontrol akan berdampak pada remaja itu sendiri, contohnya memiliki sifat boros, menimbulkan sifat yang tidak produktif dan juga memunculkan tindak

kejahatan karena seseorang akan menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

Menurut Amaliya (2017: 840) pemahaman tentang keuangan yang baik akan memberikan dampak positif bagi siswa dalam mengatur keuangan mereka atas uang saku yang telah diberikan. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Imawati (2013: 48) menyatakan bahwa pembelajaran keuangan cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja. Maka dari itu siswa perlu dibelajarkan untuk membeli barang atau perilaku konsumsinya secara rasional dan tidak mengarah ke pembelian yang sifatnya tidak dibutuhkan sehingga siswa tidak berperilaku konsumtif dan akan pandai dalam mengatur keuangan.

Berdasarkan pembahasan mengenai tingkat perilaku konsumtif siswa, maka disimpulkan bahwa tingkat perilaku konsumtif siswa pada kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 mayoritas berada pada kategori tinggi. Meskipun terdapat beberapa siswa yang memiliki tingkat perilaku konsumtif sedang dan rendah.

3. Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Siswa Kelas VIII SMP N 40 Semarang Tahun Ajaran 2018/2019

Hasil analisis *product moment* pada penelitian ini menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif terdapat korelasi positif yang signifikan dengan hasil sebesar 0.342 (dengan p <0.05). Sejalan dengan penelitian Hariyono (2015: 574) dengan judul hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja, menunjukkan bahwa hal ini berarti semakin tinggi konformitas teman sebaya semakin tinggi pula

perilaku konsumtif pada remaja, dan sebaliknya semakin rendah konformitas teman sebaya semakin rendah pula perilaku konsumtif pada remaja.

Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Nitisusastro (2013), bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan remaja sebenarnya tidak lepas dari pengaruh lingkungan sosial remaja dalam berinteraksi dengan kelompok sebayanya. Seseorang membutuhkan pengakuan dari orang disekitarnya terhadap faktor internal yang melekat pada dirinya. Seperti halnya kebutuhan untuk disegani atau dihormati. Apabila teman-teman dalam kelompok remaja cenderung konsumtif, maka adanya interaksi, remaja tersebut cenderung mengikuti perilaku konsumtif dari kelompoknya.

Konformitas merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Baron dan Bryne (2005) bahwa alasan individu melakukan konformitas adalah agar disukai oleh orang lain atau paling tidak untuk menghindari penolakan dari mereka dan hal ini pula dapat menyebabkan remaja berperilaku konsumtif. Semakin konform seorang remaja dalam kelompoknya, maka semakin mudah dipengaruhi untuk berperilaku konsumtif.

Sama halnya menurut Fitriyani (2013), munculnya hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif disebabkan karena pada hakikatnya konformitas ialah salah satu faktor eksternal yang berperan dalam menentukan munculnya perilaku konsumtif. Keinginan remaja untuk disukai dan diterima oleh kelompok bermainnya sehingga menyebabkan remaja untuk mengkonsumsi apa yang dikonsumsi oleh kelompok sebayanya.

Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Nurachma dan Arief (2017), penelitian yang berjudul pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif pada remaja, hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh status sosial ekonomi orang tua, kelompok teman sebaya dan *financial literacy* terhadap perilaku konsumtif siswa secara simultan sebesar 35%. Ada pengaruh positif kelompok teman sebaya terhadap perilaku konsumtif secara parsial sebesar 12,81%. Dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh *peer group* (kelompok teman sebaya) terhadap perilaku konsumtif pada siswa.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka terbukti bahwa terdapat hubungan yang positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019. Hal ini didukung dengan penelitian oleh Fitriyani (2013) dimana konformitas ini memiliki hubungan secara positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan sumbangan sebesar 10,9%. Sama halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Haryani (2013) dalam penelitian ini yang berjudul hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi, hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa konformitas memiliki hubungan yang signifikan dan positif terhadap perilaku konsumtif produk kosmetik dengan sumbangan 29,9%.

Sama halnya dengan penelitian Amaliya dan Setiaji (2017) dengan judul pengaruh penggunaan media sosial instagram, teman sebaya dan status

sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif siswa, hasil penelitian ditemukan bahwa variabel perilaku konsumtif siswa berada pada kriteria tinggi dengan rata-rata skor 40,17%. Ada pengaruh positif teman sebaya terhadap perilaku konsumtif siswa secara parsial yakni sebesar 16,48%.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yuliantari (2015) dengan judul hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di Kota Denpasar, menunjukkan bahwa sumbangan variabel konformitas dan harga diri terhadap perilaku konsumtif adalah sebesar 16,5%, sedangkan sumbangan selain dari variabel konformitas dan harga diri adalah sebesar 83,5% yang diperoleh dari faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan pembahasan mengenai hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif di atas, maka disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dengan derajat korelasi rendah antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP Negeri 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019.

C. Keterbatasan Penelitian

Penelitian yang dilakukan diperolah hasil yang menjawab rumusan masalah penelitian, namun demikian penelitian ini memiliki keterbatasan diantaranya:

 Peneliti pada dasarnya telah berusaha melaksanakan penelitian dengan sebaik mungkin, namun dalam penelitian ini memiliki keterbatasan. Ada beberapa responden yang tidak jeli dalam mengisi item pernyataan atau memiliki dua jawaban dalam satu pernyataan, sehingga menimbulkan kebingungan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya dialami responden .

- 2. Alat pengumpul data yang digunakan penelitian adalah skala konformitas teman sebaya dan angket perilaku konsumtif yang memungkinkan adanya bias dalam pengisian, yang dimaksud ialah terdapat jawaban yang tidak sesuai dengan kondisi responden untuk menjawab secara jujur sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
- 3. Responden yang menjawab dengan kerjasama dengan responden lain, meskipun telah dijelaskan bahwa instrumen harus dikerjakan sesuai dengan kondisi responden, namun masih ada responden yang meminta jawaban kepada responden yang lain.
- 4. Penelitian hanya melihat tingkat konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif tanpa memberikan perlakuan, tidak secara mendalam dan maksimal untuk mengetahui dan memaksimalkan layanan untuk konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif yang dimiliki siswa.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV mengenai hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 , maka disimpulkan bahwa:

- 1. Tingkat konformitas teman sebaya siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 sebagian besar 53,5% berada pada kategori sedang.
- 2. Tingkat perilaku konsumtif siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019 sebagian besar 43,9% berada pada kategori tinggi.
- Ada hubungan yang positif dan signifikan dengan drajat korelasi rendah antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif siswa kelas VIII SMP N 40 Semarang tahun ajaran 2018/2019.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka saran yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Kepala Sekolah

Saran untuk kepala sekolah diharapkan melaksanakan program pembinaan yang terus menerus disertai monitoring program pembinaan kepada guru BK juga semua guru, juga dengan meningkatkan sikap positif guru BK

maupun guru lainnya terhadap proses pembelajaran maupun layanan BK perlu mendapat dorongan dari kepala sekolah antara lain dengan terciptanya lingkungan kerja yang baik.

2. Bagi Guru BK

Saran untuk guru BK diharapkan dapat memberikan layanan yang bersifat preventif berkaitan dengan memberikan arahan kepada siswa untuk melakukan manajemen keuangan dengan baik seperti membuat daftar kebutuhan dan keinginan melalui bimbingan klasikal. Guru BK juga mengoptimalkan kembali perannya dengan memaksimalkan layanan BK kelompok dengan materi yang berhubungan perilaku konsumtif. Selain itu yang terpenting yaitu Guru BK memberikan layanan dalam bidang pribadi dan sosial khususnya tentang bagaimana skala prioritas dan cara memilih teman dapat berpengaruh baik untuk perkembangan diri siswa.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Saran untuk peneliti berikutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian tentang hubungan konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Serta dapat mengkaji lebih dalam faktor yang mempengaruhi konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif. Selain itu, peneliti selanjutnya diharapkan tidak hanya berfokus untuk mengetahui hubungan antar variabel saja, tetapi dilanjutkan menjadi penelitian eksperimen dengan tujuan untuk menurunkan perilaku konsumtif di sekolah dan mengembangkan konformitas teman sebaya siswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. & Asrori, M. (2014). *Psikologi Remaja Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Afriyanti.(2016). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Membolos Siswa di SMK Bhakti Praja Limpung Kabupaten Batang. Skripsi Tidak Dipublikasikan. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Amaliya, L. & Setiaji, K.(2017). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram, Teman Sebaya dan Status Sosial Ekonomi Orangtua Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa (Studi Kasus Pada Siswa Kelas XI SMA Negeri 1 Semarang). *Economic Education Analysis Journal*. 6 (3), 835-842.
- Ardiyanti, N. & Harnanik.(2017). Determinants Of Concumption Behavior Among Students. Economic Education Analysis Journal. 6(1), 59-69.
- Arikunto, Suharsimi.(2009). Manajemen Penelitian. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____.(2006).Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi 6). Jakarta: Rineka Cipta.
- Banerjee, S. (2016). Moderating effect of peer group environment on consumer predisposition towards premium promotions: A study on young urban consumers in India. *IIMB Management Review*, 28(4), 225-234.
- Baron, R.A. dan Byrne, D. (2005). Psikologi Sosial Edisi kesepuluh: jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Creswell, John W. (2010). Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Desmita.(2009). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Bandung: PT Remaja. Rosdakarya.
- Fauziyah, I., Stanislaus, S., & Mabruri, M. I. (2014). Konformitas mahasiswa pada kos baru (studi komparasi mahasiswa baru dan mahasiswa lama di lingkungan UNNES). *Journal of Social and Industrial Psychology*, 3(1).
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi*, *12*(1), 1-14.

- Gelrard, K. & Gelrard, D. (2011). *Konseling Remaja Pendekatan Proaktif untuk Anak Muda*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Halim, D.K. (2008). Psikologi Lingkungan Perkotaan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Handaka, Hermawan. (2018, 24 Januari). Pelaku adalah dua pelajar SMK Negeri di Kota Semarang. Tribun Jateng. Diunduh tanggal 13 Februari 2018 dari http://digital.tribunjateng.com
- Hariyono, Pulyadi.(2015).Hubungan Gaya Hidup dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Siswa Sekolah Menengah Atas 5 Samarinda. *eJournal Psikologi*.3 (2), 569-578.
- Haryani, I. & Herwanto, J. (2015). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik Mahasiswi. *Jurnal Psikologi*. 11 (1), 5-11.
- Hurlock.(2006).Psikologi Perkembangan:Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan Edisi Kelima.Jakarta:Erlangga.
- Imawati, I., & Ivada, E. (2013). Pengaruh Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Remaja Pada Program IPS SMA Negeri 1 Surakarta Tahun Ajaran 2012/2013. *Jupe-Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 2(1), 48-58.
- Latipun. (2005). *Psikologi Konseling*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.
- Majeed, S., Lu, C., & Usman, M. (2017). Want to make me emotional? The influence of emotional advertisements on women's consumption behavior. Frontiers of Business Research in China. 11(16), 1-25.
- Mau, G., Schramm-Klein, H., & Reisch, L. (2014). Consumer socialization, buying decisions, and consumer behaviour in children: Introduction to the Special Issue. Journal of Consumer Policy, 37(2), 155-160.
- Mulyono, K. B. (2014). Pengaruh Budaya, Faktor Sosial, Pembelajaran Konsumsi, dan Sikap Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Melalui Niat Konsumen Pada Siswa SMA Negeri Kota Semarang. *Journal of Economic Education*, 3(1).
- Murtiadi., Danarjati., & Ekawati. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Yogyakarta: Psikosain.

- Myers, D.G. (2012). Psikologi Sosial. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ningsih, A.S.,& Bawono,Y. (2016). Hubungan Antara Perilaku Konsumtif pada Produk X dengan Citra Diri Remaja Putri. *Jurnal Mediapsi*. 2 (1), 45-50.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2013). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*.Bandung: Alfabeta.
- Nurachma, Y.A., & Arief, S. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Kelompok Teman Sebaya dan Financial Literacy Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Siswa Kelas XI IPS SMA Ksatrian 1 Semarang Tahun Ajaran 2015/2016. *Economic Education Analysis Journal*. 6 (2), 489-500.
- Nurlaela, A. (2014). Peranan Lingkungan Sebagai Sumber Pembelajaran Geografi Dalam Menumbuhkan Sikap dan Perilaku Keruangan Peserta Didik. *Jurnal Geografi Gea*, 14(1), 40-48.
- Oktafikasari, E. & Mahmud, A. (2017). Konformitas Hedonis dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Melalui Gaya Hidup Konsumtif. *Economic Education Analysis Journal*, 6(3).
- Rosmayati, R., Sunawan, S., & Saraswati, S. (2017). *Self-Efficacy* dan Konformitas dengan Prokrastinasi Akademik Mahasiswa. *Indonesian Journal of Guidance and Counseling: Theory and Application*, 6(4).
- Rumingsih, B. D., Soesilowati, E., & Widodo, J. (2016). Peran Sikap Konsumen dalam Memediasi Pengaruh Lingkungan Sosial dan Pengetahuan Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa. *Journal of Economic Education*, 5(2), 193-205.
- Santor, D. A., Messervey, D., & Kusumakar, V. (2000). Measuring peer pressure, popularity, and conformity in adolescent boys and girls: Predicting school performance, sexual attitudes, and substance abuse. *Journal of youth and adolescence*, 29(2), 163-182.
- Sears, David O, dkk. (1985). Social Psychology Fifth Edition (Alih Bahasa : Andryanto). Jakarta : Erlangga.
- Setiadi, N.J. (2008). Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Kencana.

- Sipunga, P. N., & Muhammad, A. H. (2014). Kecenderungan Perilaku Konsumtif Remaja Di Tinjau Dari Pendapatan Orang Tua Pada Siswa-Siswi SMA Kesatrian 2 Semarang. *Journal of Social and Industrial Psychology*, 3(1).
- Sudyastuti, & Mugiarso, H.(2016).Pengaruh Konseling Kelompok Terhadap Konformitas Siswa Kelas VIII SMPIT Bina Amal Semarang. Indonesian *Journal of Guidance and Counseling*, 5(3), 25-28.
- Sugiyono.(2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- _____.(2016). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, E. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona*. 4 (2), 145-152.
- Sutoyo, Anwar. (2012). Pemahaman Individu. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tainaka, T., Miyoshi, T., & Mori, K. (2014). Conformity of Witnesses with Low Self-Esteem to Their Co-Witnesses. *Psychology*, 5(15), 1695-1701.
- Taylor, Peplau & Sears. (2009). *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Kencana Prenada Meida Group.
- Wahyudi.(2013). Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza. eJournal Sosiologi. 1 (4), 26-36.
- Walgito, Bimo.(2003). *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Yogyakarta: ANDI Offset.
- Wati, M. Y., & Suyanto, T. (2016). Faktor yang Mendorong Perilaku Konsumtif Siswa SMA di Surabaya. *Kajian Moral dan Pendidikan*. 1(4), 107-121.
- Yuliantari, M., I & Herdiyanto, Y., K. (2015). Hubungan Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*. 2(1), 89-99.
- Yusuf, L.N., Syamsu & Juntika, N. (2008). *Landasan Bimbingan dan Konseling*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.