



terpelajar, mengalami kematangan dalam berfikir, memiliki tingkat intelektual tinggi, berpenampilan menarik, rapi, dan sopan santun. Dimana seharusnya mahasiswa pun mampu mengontrol naluri untuk berbelanja dan menggunakan uangnya untuk kebutuhan yang lebih penting daripada sekedar berhura-hura (Purnomo dalam Ramadhan, 2012)

Akan tetapi pada hasil observasi dan wawancara yang dilakukan pada tanggal 9 sampai 10 April 2015, ketika ada mahasiswa yang menawarkan sebuah produk kecantikan dengan menunjukkan katalog ke mahasiswa yang lain, mahasiswa yang ditawarkan itu tertarik dengan produk yang ditawarkan. Dia melihat-lihat produk apa yang ada di dalam katalog. Produk tersebut merupakan produk yang bermerk. Kemudian mahasiswa itu menunjuk produk yang dibelinya. Tanpa berpikir panjang, mahasiswa langsung memesan produk itu. Selain itu mahasiswa mengatakan bahwa dirinya membeli barang itu karena keinginannya untuk memiliki meskipun dia sudah memiliki barang yang sama dan membeli barang karena melihat modelnya yang bagus dan akan merasa senang ketika dia bisa membeli barang yang diinginkannya.

Dari fenomena diatas menunjukkan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Hal itu yang melatarbelakangi mahasiswa ingin membeli produk yang diinginkan. Mahasiswa membeli barang bukan karena faktor kebutuhan melainkan karena faktor keinginan untuk memilikinya dan mahasiswa juga membeli karena untuk memenuhi kepuasan dalam dirinya ketika dia sudah mendapatkan barang yang dibelinya. Mahasiswa juga ingin terlihat menarik. Berpenampilan menarik bisa dilihat dari pakaian dan asesoris yang dipakai.

Hal tersebut yang akan berdampak pada gaya hidup individu. Secara tidak langsung untuk memenuhi penampilan yang menarik, individu akan menerapkan gaya hidup konsumtif guna untuk mendapatkan pakaian dan asesoris untuk mendukung penampilan yang diharapkan.

Perilaku konsumtif sering terjadi pada mahasiswa putri karena menurut Reynold (dalam Fitriyah dkk, 2013) menyatakan bahwa remaja putri lebih banyak membelanjakan uangnya daripada remaja putra untuk keperluan penampilan dengan membeli produk *fashion* dan aksesoris di toko-toko seperti baju, tas, sandal, sepatu, pakaian, kosmetik, dan sebagainya. Beberapa remaja putri mengaku bahwa mereka tidak dapat menahan diri atau mengendalikan diri ketika mereka memiliki kebutuhan akan suatu produk atau barang yang hendak dibelinya. Remaja putri merupakan kelompok konsumen yang memiliki karakteristik khas seperti mudah tertarik pada mode, mudah terbujuk iklan dan rayuan penjual, tidak hemat, kurang realistik, romantis, dan impulsif.

Selain itu menurut Matlin (dalam Ramadhan, 2012) menyatakan bahwa mahasiswi pada umumnya percaya bahwa penampilan dan kecantikan fisik merupakan dimensi yang sangat penting bagi wanita. Oleh karena itu mereka berlomba-lomba membeli pakaian yang indah dan merawat diri ke salon kecantikan sehingga menyebabkan gaya hidup mereka konsumtif untuk menunjang harga diri.





mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan serta ditandai oleh adanya kebutuhan mewah dan berlebihan, penggunaan segala hal yang paling mewah memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik (Triyaningsih, 2011)

Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah hadirnya iklan, konformitas, gaya hidup, dan kartu kredit. Hadirnya iklan merupakan pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan pada khalayak melalui media massa yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakat untuk mencoba dan akhirnya membeli produk yang ditawarkan. Konformitas terjadi disebabkan karena keinginan yang kuat pada individu untuk tampil menarik dan tidak berbeda dari kelompoknya serta dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya. Gaya hidup merupakan salah satu faktor utama yang munculnya perilaku konsumtif. Gaya hidup yang dimaksud adalah gaya hidup yang meniru orang luar negeri yang memakai produk mewah dari luar negeri yang dianggap meningkatkan status sosial seseorang. Sedangkan kartu kredit digunakan oleh pengguna tanpa takut tidak mempunyai uang untuk berbelanja. (Triyaningsih, 2011)

Ada faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja yaitu karena remaja ingin menunjukkan bahwa mereka dapat mengikuti *mode* yang sedang beredar, ikut-ikutan teman, ingin tampak berbeda dengan orang lain, gaya hidup dan cenderung tidak pernah puas dengan apa yang sudah dimilikinya. (Tambunan dalam Rombe, 2014)

Konformitas menurut Baron (2005) adalah bertingkah laku dengan cara-cara yang dipandang wajar atau dapat diterima oleh kelompok atau masyarakat. Tekanan untuk melakukan konformitas sangat sulit untuk ditolak. Konformitas adalah fakta dasar dari kehidupan sosial, keinginan untuk disukai atau diterima oleh orang lain dan keinginan untuk menjadi benar dan untuk memiliki pemahaman yang tepat mengenai dunia sosial.

Menurut Sarwono (2005) konformitas adalah perilaku sama dengan orang lain yang didorong oleh keinginan sendiri. Menurut Sears (1991) konformitas adalah menampilkan suatu tindakan karena orang lain juga melakukannya. Konformitas bersifat adaptif karena kita perlu menyesuaikan diri terhadap orang lain dan juga karena tindakan dari orang lain bisa memberikan informasi mengenai cara yang paling baik untuk bertindak dalam keadaan tertentu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas menurut Baron & Byrne (2005) adalah kohesivitas yaitu derajat ketertarikan yang dirasa individu terhadap suatu kelompok. Kedua adalah ukuran kelompok dimana konformitas meningkat sejalan dengan bertambahnya jumlah anggota kelompok. Faktor ketiga yaitu norma deskriptif dan norma injungtif dimana norma deskriptif adalah norma yang hanya mendeskripsikan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu sedangkan norma injungtif menetapkan apa yang harus dilakukan tingkah laku apa yang diterima atau tidak diterima pada situasi tertentu. Kedua norma tersebut dapat memberikan pengaruh yang kuat pada tingkah laku.

Individu menyesuaikan diri atau konformitas karena rasa takut terhadap penyimpangan. Rasa takut dipandang sebagai orang yang menyimpang faktor dasar dalam situasi sosial. Individu ingin agar kelompok menyukai, memperlakukan dengan baik. Situasi konformitas dirancang secara sempurna guna meningkatkan rasa takut individu untuk menjadi orang yang menyimpang. (Sears, 1991)

Pada penelitian yang dilakukan oleh Sufrihana Rombe (2014) dengan menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat hubungan yang positif antara *body image* dengan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda.

Penelitian lain yang juga dilakukan oleh Indah Imawati, Susilaningih, dan Elvia Ivada (2013) dengan hasil yang menunjukkan bahwa financial literacy memiliki pengaruh sebesar  $-0,464$  terhadap perilaku konsumtif siswa dengan signifikansi negatif yang dapat dikatakan bahwa financial literacy cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja dimana ketika literacy meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun.

Ada penelitian yang juga dilakukan oleh Ratna Akhiroyani Pratiwi, Munawir Yusuf, dan Salmah Lilik mendapatkan hasil bahwa ada hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan perilaku merokok pada remaja. Penelitian Ratna dkk terjadi karena kesamaan perilaku seseorang dengan perilaku orang lain dengan norma yang ada. Remaja yang konform akan cenderung mudah mengikuti tuntunan kelompok sehingga apabila perokok berperilaku merokok maka remaja akan berperilaku tersebut.



Penelitian yang dilakukan Andita Ayu Sartika, Endang Sri Indrawati, dan Dian Ratna Sawitri (2009) menunjukkan hasil bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas terhadap teman sebaya dengan intensi merokok pada remaja perempuan di SMA Kesatrian 1 Semarang, pada penelitian ini terungkap bahwa pengaruh teman sebaya merupakan pemicu kuat timbulnya intensi merokok remaja. Pengaruh teman sebaya dalam hal ini merupakan tekanan yang diterima dari teman sebaya untuk merokok yang mendorong remaja berperilaku sama dengan mereka. Kecenderungan remaja untuk menyamakan perilaku dengan teman sebaya ini disebut dengan konformitas.

Perilaku konsumtif juga tidak terlepas dari faktor konformitas karena individu ingin menyesuaikan diri dengan kelompoknya agar diterima dalam kelompok, tidak merasa menyimpang dalam kelompoknya. Seperti halnya mahasiswa membeli barang atau berperilaku konformitas karena dalam kelompoknya banyak yang memiliki barang dan karena ikut-ikutan dengan teman atau kelompoknya dan dalam kelompok orang cenderung membentuk suatu norma sosial, yang merupakan suatu bentuk sikap penyesuaian diri seseorang dalam masyarakat/kelompok, karena individu terdorong untuk mengikuti kaidah-kaidah dan nilai-nilai yang sudah ada.

Uraian diatas dapat mengungkapkan bahwa ada suatu keterkaitan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Perilaku konsumtif pada mahasiswa tidak terlepas dari pengaruh kelompok dari teman-temanya.



## E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini bukanlah penelitian yang pertama kali dilakukan. Banyak penelitian yang sebelum-sebelumnya seperti penelitian yang dilakukan oleh Nur Fitriyani, Prasetyo Budi Widodo, dan Nailul Fauziah (2013) dengan metode kuantitatif dan subjek yang diambil adalah mahasiswa yang tinggal di kos. Hasil yang menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dengan pengaruh 10,9 % dari konformitas terhadap perilaku konsumtif.

Penelitian kedua dilakukan oleh Indah Imawati, Susilaningsih, dan Elvia Ivada (2013) dengan metode penelitian korelasional yang menggunakan subjek siswa dengan hasil yang menunjukkan bahwa financial literacy memiliki pengaruh sebesar -0,464 terhadap perilaku konsumtif siswa dengan signifikansi negatif yang dapat dikatakan bahwa financial literacy cukup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif remaja dimana ketika literacy meningkat maka perilaku konsumtif akan menurun.

Penelitian lain yang dilakukan oleh Imam Hoyri Shohibulana (2014) dengan hasil penelitian bahwa ada perbedaan perilaku konsumtif yang terjadi pada siswa yang bersekolah berdekatan dengan mall dan berjauhan dengan mall dan tidak ada perbedaan kontrol diri siswa yang bersekolah berdekatan dengan mall dan berjauhan dengan mall.

Penelitian yang dilakukan oleh Ratna Akhiroyani Pratiwi, Munawir Yusuf, dan Salmah Lilik dengan menggunakan subjek remaja putra dan mendapatkan hasil bahwa ada hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan perilaku

merokok pada remaja. Penelitian selanjutnya dilakukan oleh Sufrihana Rombe (2014) yang dengan menunjukkan hasil penelitian bahwa terdapat hubungan yang positif antara *body image* dengan kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di SMA Negeri 5 Samarinda.

Selain itu juga ada penelitian yang dilakukan oleh Lee & Park (2008) menyatakan bahwa ada hubungan positif antara anggota dan konformitas dalam komunitas virtual berarti bahwa konsumen memiliki lebih tinggi konformitasnya ketika mereka merasakan menjadi anggota dalam komunitas virtual.

Pada penelitian ini berbeda dengan penelitian yang sebelumnya dimana tehnik pengambilan sampel yang digunakan adalah quota sampling, subjek maupun lokasi penelitian yang dilakukan adalah subjek mahasiswa dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dan dengan judul hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.