BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Subjek

Subjek penelitian ini adalah seluruh mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya. Jumlah subjek dalam penelitian ini sebanyak 50 subjek. Karena menurut Gay untuk riset korelasi 30 subjek, sehingga mengambil subjek 50 sudah melebihi dari 30 subjek dan sudah cukup dijadikan sebagai sampel penelitian.

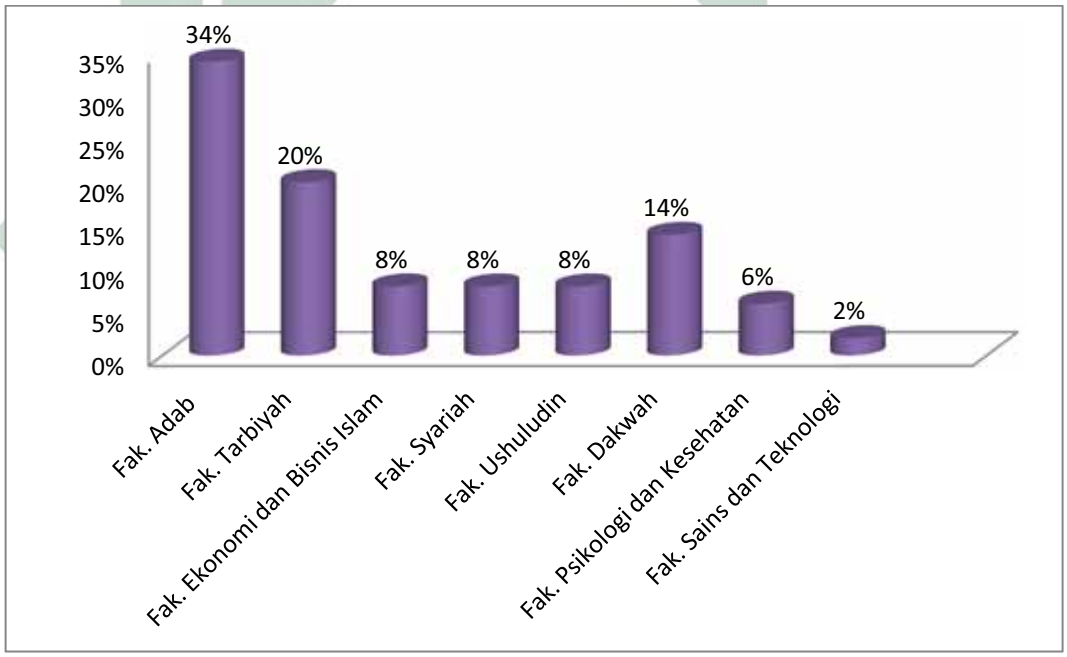
Karakteristik subjek yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah Mahasiswi yang masih aktif kuliah, Mahasiswa semester 2 sampai semester 8. Penelitian ini menggunakan subjek mahasiswi karena menurut Reynold (dalam Fitriyani, 2013) menyatakan bahwa perempuan lebih banyak membelanjakan uangnya daripada laki-laki untuk keperluan penampilan seperti pakaian, kosmetik, aksesoris, dan sepatu. Perempuan tidak dapat menahan diri atau mengendalikan diri ketika menginginkan akan suatu produk atau barang yang hendak dibelinya.

Berikut adalah gambaran umum subjek berdasarkan fakultas, jurusan, semester dan usia :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 14
Subjek penelitian berdasarkan Fakultas

No	Fakultas	Jumlah
1	Adab	17
2	Tarbiyah	10
3	Ekonomi Bisnis Islam	4
4	Syariah	4
5	Ushuludin	4
6	Dakwah	7
7	Psikologi dan Kesehatan	3
8	Sains dan Teknologi	1
9	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	1
Total		50



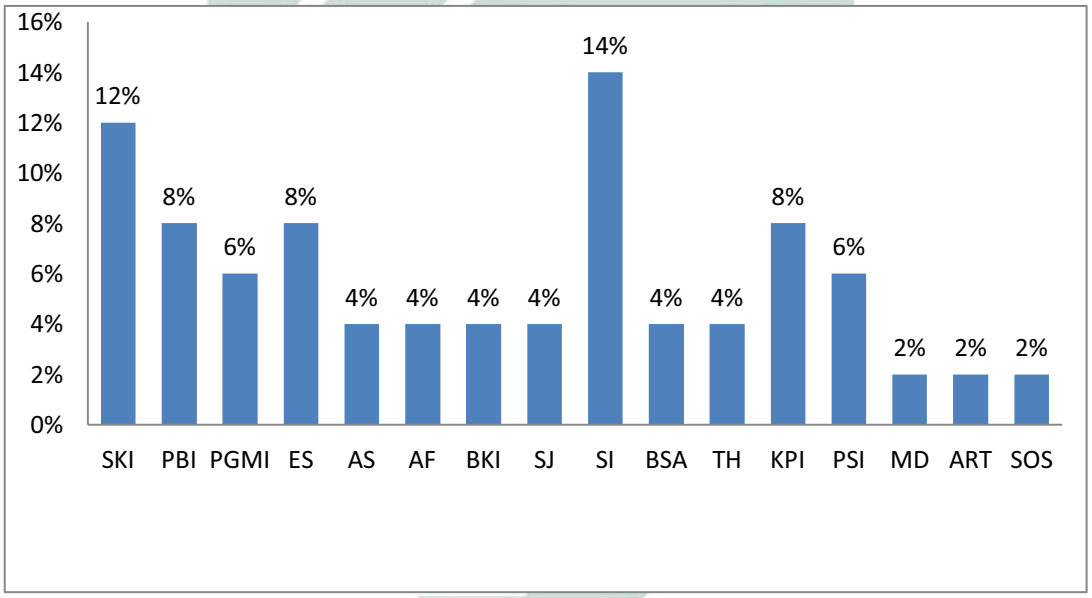
Gambar 1. Subjek Penelitian Berdasarkan Fakultas

Berdasarkan grafik diatas dapat memberikan penjelasan bahwasannya berdasarkan fakultas dari 50 responden yang menjadi subjek dalam penelitian, menunjukkan bahwa sebagian besar subjek berasal dari fakultas Adab dengan presentase 34 %

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 15
Subjek Penelitian berdasarkan Jurusan

No	Jurusan	Jumlah	Jurusan	Jumlah
1	SKI	6	PAI	4
2	PBI	4	BSA	2
3	PGMI	3	TH	2
4	ES	4	KPI	4
5	AS	2	PSI	3
6	AF	2	MD	1
7	BKI	2	ART	1
8	SJ	2	SOS	1
9	SI	7		
Total		32		18



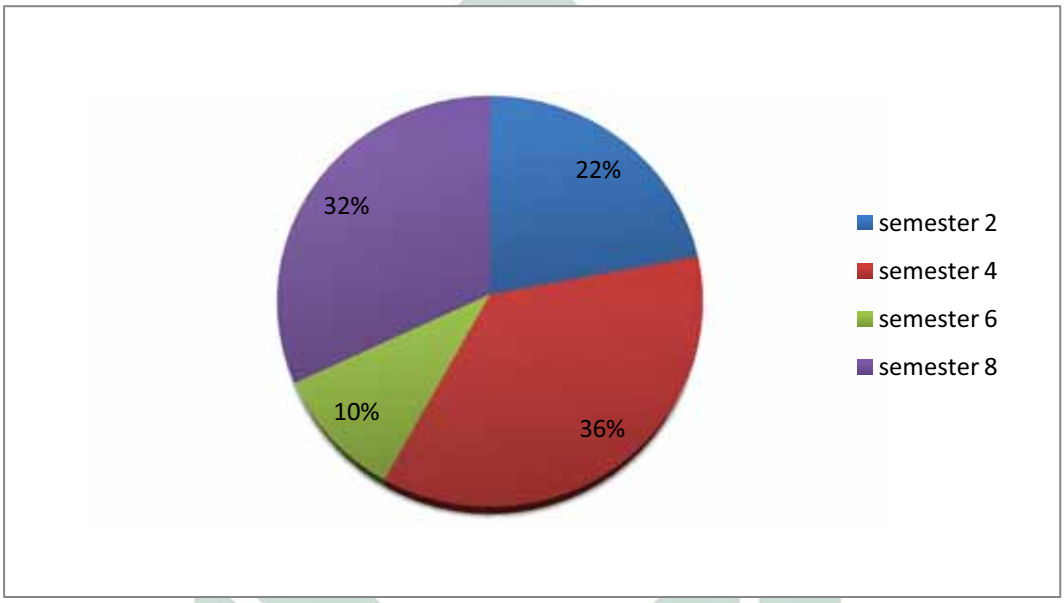
Gambar 2. Subjek Penelitian Berdasarkan Jurusan

Berdasarkan grafik diatas dapat memberikan penjelasan bahwasannya berdasarkan jurusan dari 50 responden yang menjadi subjek dalam penelitian, menunjukkan bahwa sebagian besar subjek berasal dari jurusan Sastra Inggris (SI) dengan presentase 14 % dengan jumlah 7 subjek.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 16
Subjek penelitian berdasarkan semester

No	Semester	Jumlah
1	Semester 2	11
2	Semester 4	18
3	Semester 6	5
4	Semester 8	16
Total		50



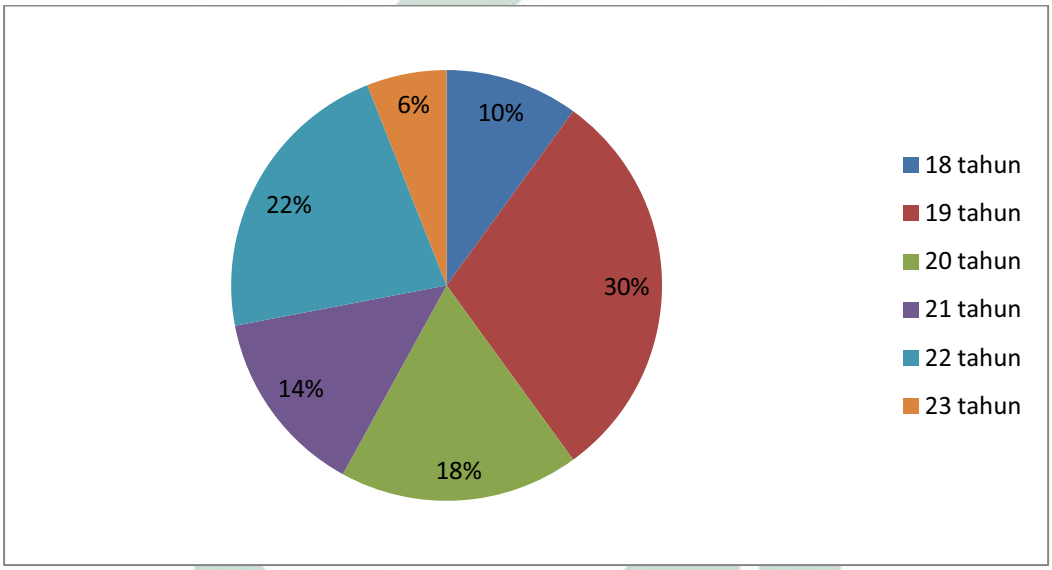
Gambar 3. Subjek Penelitian Berdasarkan Semester

Berdasarkan grafik diatas dapat memberikan penjelasan bahwasannya berdasarkan semester dari 50 responden yang menjadi subjek dalam penelitian, menunjukkan bahwa presentase pada semester 2 adalah 22%, semester 4 adalah 36%, semester 6 adalah 10% dan semester 8 adalah 32%. hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar subjek berasal dari semester 4 dengan presentase 36 % dengan jumlah 18 subjek.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 17
Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah
1	18 tahun	5
2	19 tahun	15
3	20 tahun	9
4	21 tahun	7
5	22 tahun	11
6	23 tahun	3
Total		50



Gambar 4. Subjek Penelitian Berdasarkan Usia

Berdasarkan grafik diatas dapat memberikan penjelasan bahwasannya berdasarkan usia dari 50 responden yang menjadi subjek dalam penelitian, menunjukkan bahwa presentase pada usia 18 tahun adalah 10%, 19 tahun adalah 30%, 20 tahun adalah 18%, 21 tahun adalah 14%. 22 tahun adalah 22%. 23 tahun adalah 6%. hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar subjek berasal dari usia 19 tahun dengan presentase 30% dengan jumlah 15 subjek.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Pengujian Hipotesis

a. Deskripisi

Deskripsi mengambarkan tentang ringkasan data-data penelitian seperti mean, standar deviasi, varian, range, dll.

Tabel 18
Descriptive Statistics

	N	Range	Min	Max	Mean	Std. Deviation	Variance
Konsumtif	50	70.00	18.00	88.00	42.8800	14.05040	197.414
Konformitas	50	43.00	11.00	54.00	32.0600	8.10747	65.731
Valid N (listwise)	50						

Pada tabel descriptive statistic memberikan informasi tentang banyaknya data (N), range, minimum, maximum, mean, standard deviation dan variance dari variabel perilaku konsumtif dan konformitas.

1. Variabel perilaku konsumtif dengan jumlah data (N) sebanyak 50 subjek mempunya nilai rata-rata 42.8800 dengan nilai minimum 18.00 dan maksimum 88.00 sedangkan nilai range 70.00, standart deviasi 14.05040 dan variance 197.414
2. Variabel konformitas dengan jumlah data (N) sebanyak 50 subjek mempunya nilai rata-rata 32.0600 dengan nilai minimum 11.00 dan maksimum 54.00. sedangkan nilai range 43.00, standart deviasi 8.10747 dan variance 65.731

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Reliabilitas Data

Pada hasil uji reliabilitas data perilaku konsumtif dengan koefisien Alpha sebesar 0.881 maka instrumen tersebut reliabel artinya 29 aitem tersebut reliabel sebagai instrumen penelitian untuk mengukur perilaku konsumtif.

Tabel 19
Uji Reliabilitas Perilaku Konsumtif

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0.881	Reliabel

Sedangkan pada hasil uji reliabilitas variabel konformitas diperoleh koefisien Alpha sebesar 0.808 maka instrumen tersebut reliabel artinya 19 aitem tersebut reliabel sebagai instrumen penelitian untuk mengukur konformitas .

Tabel 20
Uji Reliabilitas Konformitas

Variabel	Alpha Cronbach's	Keterangan
Konformitas	0.808	Reliabel

Dari kedua tabel diatas dapat disimpulkan bahwa skala konformitas dan perilaku konsumtif adalah reliabel yang dianggap baik sebagai alat ukur penelitian.

c. Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik parametrik korelasi product moment karena telah memenuhi prasyarat yang meliputi uji normalitas dan linieritas. Data yang dihasilkan pada uji normalitas berdistribusi normal dan hasil uji linieritas adalah linier.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengujian hipotesis dilakukan dengan hipotesis korelasi product moment dan telah dikemukakan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk melakukan pengujian hipotesis tersebut dilakukan analisis data dengan menggunakan uji korelasi product moment dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 16.00

Tabel 21
Uji Hipotesis

Product Moment	Correlation	Signifikansi
Konformitas Perilaku Konsumtif	0.537	0.000

Pada tabel corelation diperoleh harga koefisien korelasi sebesar 0.537 dengan siginifkansi 0.000 berdasarkan data tersebut maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan siginifikansi (p value) dengan galatnya yaitu

a. Jika signifikansi 0.05 maka ho ditolak dan ha diterima
b. Jika signifikansi 0.05 maka ho diterima dan ha ditolak

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa koefisien korelasi adalah 0.537 dengan signifikansi 0.000. karena signifikansi 0.05 maka ho ditolak dan ha diterima yang artinya ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Koefisien korelasi jika tandanya positif (+) pada harga koefisien korelasi menunjukkan adanya arah hubungan yang searah, artinya hubungan kedua variabel adalah berbanding lurus. Semakin tinggi x akan diikuti dengan semakin tinggi pula y dan sebaliknya. Tanda negatif (-) pada harga koefisien korelasi menunjukkan adanya arah hubungan yang berlawanan, artinya hubungan kedua variabel (x dan y) adalah berbanding terbalik. Semakin tinggi x akan diikuti dengan semakin rendah y dan sebaliknya. (Muhid, 2010)

Pada tabel diatas terdapat nilai korelasi 0.537 menunjukkan bahwa ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Hal ini konformitas yang dimiliki oleh mahasiswa mempunyai hubungan yang positif dengan perilaku konsumtif. Artinya hubungan kedua variabel konformitas dengan perilaku konsumtif adalah searah artinya hubungan kedua variabel adalah berbanding lurus. Semakin tinggi konformitas akan diikuti dengan semakin tinggi pula perilaku konsumtif.

Setelah menguji hipotesis maka akan mencari berapa sumbangan efektif pada variabel konformitas yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Berapa besar faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dari faktor konformitas. Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Koefisien ini menunjukkan seberapa besar presentase variabel X yang digunakan dalam menjelaskan variasi variabel Y.

Dari hasil analisis determinasi dapat dilihat pada tabel :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 22
Uji sumbangan efektif

Variabel	R Square
Konformitas Perilaku Konsumtif	0.289

Berdasarkan tabel diatas diperoleh angka R^2 sebesar 0.289 atau 28.9%. hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 28.9%. sisanya sebesar 71.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti hadirnya iklan, gaya hidup dan kartu kredit.

B. Pembahasan

Berdasarkan kaidah corelation jika signifikansi 0.05 maka ho ditolak dan jika signifikansi 0.05 maka ha diterima sehingga dapat diinterpretasikan bahwa koefisien 0.537 dengan signifikansi 0.000 karena signifikansi 0.05 maka ha diterima. Hasil yang didapat adalah 0.537 artinya ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif artinya hubungan kedua variabel adalah berbanding lurus dan searah. Semakin tinggi konformitas akan diikuti dengan semakin tinggi pula perilaku konsumtif dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah juga perilaku konsumtifnya.

Setelah menguji hipotesis maka akan mencari berapa sumbangan efektif pada variabel konformitas yang mempengaruhi perilaku konsumtif. Berapa besar faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif dari faktor konformitas. Untuk sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

28.9%. sisanya sebesar 71.1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini seperti hadirnya iklan, gaya hidup dan kartu kredit.

Menurut Baron (2005) konformitas (conformity) 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. Sumber konformitas dikenal sebagai pengaruh sosial normatif karena pengaruh sosial tersebut merubah tingkah laku untuk memenuhi harapan orang lain.

Perilaku konsumtif diartikan sebagai perilaku membeli dan menggunakan barang yang tidak didasarkan atas pertimbangan secara rasional dan memiliki kecenderungan untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa batas dimana individu lebih 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).

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) pada penelitian ini terungkap bahwa pengaruh teman sebaya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

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.

Berdasarkan nilai korelasi yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif, dapat dinyatakan bahwa salah satu faktor yang berperan dalam pembentukan perilaku konsumtif adalah konformitas. Semakin seseorang melakukan konformitas maka seseorang itu akan mudah dipengaruhi untuk perilaku konsumtif.

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Lee & Park (2008) bahwa orang lain penting seperti kelompok sebaya dan teman-teman mungkin sering memiliki pengaruh yang signifikan dan memberikan informasi dalam tahap perhatian mengarahkan dalam pembelian barang. Hubungan positif antara anggota dan konformitas dalam komunitas virtual berarti bahwa konsumen memiliki lebih tinggi konformitasnya ketika mereka merasakan anggota dalam komunitas virtual.

Penelitian Venkatestan (1966) bahwa pengaruh sosial ditunjukkan pada kondisi konformitas, bahwa pembeli menerima informasi yang diberikan oleh kelompok teman sebaya pada kualitas produk. Kelompok norma yang berlaku mengarahkan anggotanya dengan gaya baru dari produk. Selain itu juga dalam penelitian ini menemukan bahwa kelompok teman sebaya menjadi sumber

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

utama untuk memberikan informasi dalam tahap mengarahkan perhatian pada pembelian.

Menurut Sutisna (2002) dalam suatu kelompok terdapat norma-norma yang disepakati bersama. Suatu kelompok akan berusaha mempengaruhi anggotanya atau yang bukan anggota untuk menyesuaikan diri dengan norma-norma yang ada.

Pengaruh normatif pada konsumen ketika norma bisa mempengaruhi perilaku dan ada juga pengaruh informasional dimana pengaruh ini terjadi ketika kelompok dapat berinteraksi dengan orang lain saling memberikan informasi terhadap pembelian. Persesuaian (conformity) didefinisikan sebagai perubahan dalam perilaku terhadap kelompok dari tekanan. Kelompok teman sebaya dapat mempengaruhi dalam setiap keputusan dalam pembelian.

Penelitian yang dilakukan oleh Sufrihana Rombe (2014) pada siswa SMAN 5 Samarinda bahwa siswa membeli barang karena subjek tidak mau dianggap kurang *update* yang dapat menyebabkan subjek akan merasa gengsi diantara teman-teman pergaulannya, itu sebabnya subjek akan selalu berusaha untuk tetap mengikuti dan menggunakan barang-barang yang sedang *trandy*. Adanya perasaan gengsi yang timbul dalam diri remaja tersebut serta perasaan takut dianggap kurang *update* tersebut merupakan faktor konformitas yang dialami pada remaja putri. Hal tersebut terjadi karena keinginan yang kuat pada remaja putri untuk tampil menarik, tidak berbeda dengan rekan-rekannya dan dapat diterima sebagai bagian dari kelompoknya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Konformitas memberikan sumbangan efektif terhadap perilaku konsumtif sebanyak 28,9 % dimana hal ini sesuai dengan yang dinyatakan Suyasa dan Fransisca (dalam Triyaningsih, 2011) faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah : 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 negri yang memakai produk mewah dari luar negri yang dianggap meningkatkan status sosial seseorang. Kartu kredit digunakan oleh pengguna tanpa takut tidak mempunyai uang untuk berbelanja.

Dari hasil penelitian ini membuktikan bahwa konformitas berpengaruh terhadap munculnya perilaku konsumtif meskipun banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsuntif. Meskipun sumbangan efektif konformitas yang diberikan pada perilaku konsumtif hanya sedikit , konformitas dapat berpengaruh pada perilaku konsumtif 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

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dalam kelompok orang cenderung membentuk suatu norma sosial, yang merupakan suatu bentuk sikap penyesuaian diri seseorang dalam masyarakat/kelompok.

Individu terdorong untuk mengikuti kaidah-kaidah dan nilai-nilai yang sudah ada. Individu ingin diakui eksistensinya oleh lingkungan dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan dan menyesuaikan diri untuk berperilaku sama dengan lingkungan sekitar. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya menyebabkan untuk mengikuti barang atau produk yang sedang trend.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id