

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN
PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK
SKINCARE SCARLETT PADA MAHASISWI
DI UNISSULA**

Oleh :

Laila Irfatin

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email : Lailairfatin@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pembelian produk *skincare scarlett* pada mahasiswi di Unissula. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswi S1 angkatan 2017-2020 di Unissula yang menggunakan *skincare scarlett* yang berjumlah 255. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive cluster random sampling*. Alat ukur dalam penelitian ini terdiri dari dua skala. Skala konformitas teman sebaya dari 22 aitem yang memiliki koefisien reliabilitas 0,992 dan skala perilaku konsumtif terdiri dari 13 aitem yang memiliki koefisien reliabilitas 0,787. Teknik analisis data menggunakan korelasi *product moment*. Hasil uji hipotesis yang diperoleh menunjukkan bahwa $r_{xy} = 0,584$ dengan taraf signifikansi 0,000 ($p < 0,01$), artinya terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pembelian produk *skincare scarlett* pada mahasiswi di Unissula. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Variabel konformitas teman sebaya memberikan sumbangan efektif sebesar 34,1% pada variabel perilaku konsumtif, sedangkan 69,9% variabel perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata kunci: Perilaku konsumtif, konformitas teman sebaya

**THE RELATIONSHIP BETWEEN PEER CONFORMITY AND
CONSUMPTIVE BEHAVIOR IN PURCHASING SCARLETT
SKINCARE AMONG FEMALE STUDENTS
AT UNISSULA**

By :

Laila Irfatin

Faculty of Psychology, Sultan Agung Islamic University, Semarang

Email : Lailairfatin@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to determine the relationship between peer conformity and consumptive behavior in purchasing Scarlett skincare among female students at Unissula. The population in this study were 255 undergraduate students of the 2017-2020 class at Unissula who used Scarlett skincare. The sampling technique used purposive cluster random sampling. The measuring instrument in this study consisted of two scales. The peer conformity scale consisted of 22 items with a reliability coefficient of 0.992 and the consumptive behavior scale consisted of 13 items with a reliability coefficient of 0.787. The data analysis technique used product moment correlation. The results of the hypothesis test showed that $r_{xy} = 0.584$ with a significance level of 0.000 ($p < 0.01$), meaning that there was a significant positive relationship between peer conformity and consumptive behavior in purchasing Scarlett skincare among female students at Unissula. Based on the results of these studies it indicated that the proposed hypothesis was accepted. The peer conformity variable gave an effective contribution of 34.1% on the consumptive behavior variable, while 69.9% of the consumptive behavior variable was influenced by other factors.

Keywords: Consumptive behavior, peer conformity