

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN GAYA
HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA WANITA
DEWASA AWAL DI KELURAHAN GROWONG LOR
KECAMATAN JUWANA**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh derajat Sarjana Psikologi



Disusun oleh:

Aprilia Indah Nurhasanah
30701900029

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA WANITA DEWASA AWAL DI KELURAHAN GROWONG LOR


Dipersiapkan dan disusun oleh :

Aprilia Indah Nurhasanah
30701900029

Telah disetujui untuk diuji dan dipertahankan di depan Dewan Penguji guna
memenuhi persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Psikologi

Pembimbing

Tanggal


Dra. Rohmatun, M.Si

28 Mei 2024

Semarang, 28 Mei 2024

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung


Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
MDN. 210799001

HALAMAN PENGESAHAN
HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN GAYA
HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA WANITA
DEWASA AWAL DI KELURAHAN GROWONG LOR

Dipersiapkan dan disusun oleh :

APRILIA INDAH NURHASANAH
30701900029

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 28 Mei 2024

Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Agustin Handayani, S.Psi, M.Si

2. Abdurrohimi, S.Psi, M.Si

3. Dra. Rohmatun, M.Si., Psikolog

Skripsi ini telah diterima sebagai persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Psikologi

Semarang, 28 Mei 2024

Mengetahui,
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Islam Sultan Agung

Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si
NIDN. 210799001

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya Aprilia Indah Nurhasanah dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab menyatakan bahwa

1. Skripsi ini adalah karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk memperoleh derajat kesarjanaan di suatu perguruan tinggi manapun.
2. Sepanjang pengetahuan saya, skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis/diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.
3. Jika terdapat hal-hal yang tidak sesuai dengan isi pernyataan ini, maka saya bersedia derajat kesarjanaan saya dicabut.

Semarang, 20 Mei 2024

Yang menyatakan



Aprilia Indah Nurhasanah
30701900029

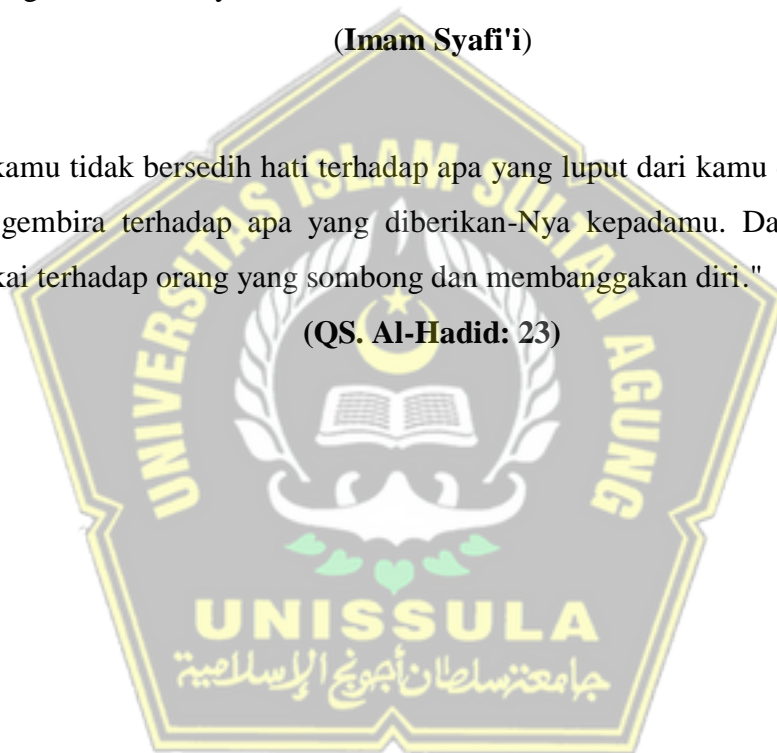
MOTTO

“Dunia adalah tempat yang licin nan menggelincirkan, rumah yang hina, bangunan-bangunannya akan runtuh, penghuninya akan beralih ke kuburan, perpisahan dengannya adalah sesuatu keniscayaan, kekayaan di dunia sewaktu-waktu bisa berubah menjadi kemiskinan, bermegah-megahan adalah suatu kerugian, maka memohonlah perlindungan Allah, terimalah dengan hati yang lapang segala karunia-Nya.”

(Imam Syafi'i)

"Agar kamu tidak bersedih hati terhadap apa yang luput dari kamu dan tidak pula terlalu gembira terhadap apa yang diberikan-Nya kepadamu. Dan Allah tidak menyukai terhadap orang yang sombong dan membanggakan diri."

(QS. Al-Hadid: 23)



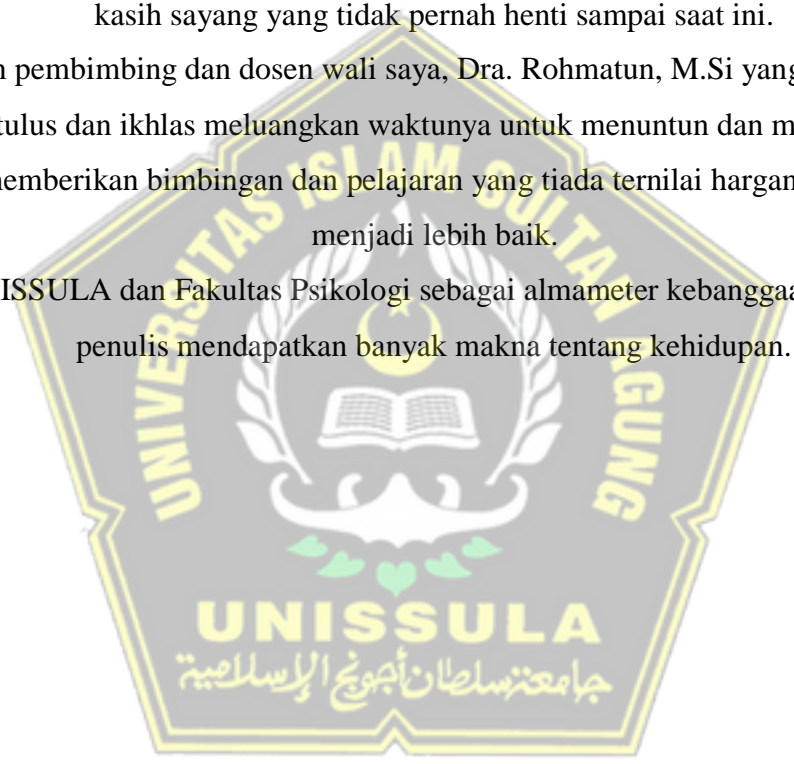
PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan karya ini kepada :

Ayah dan Ibu tercinta, Ayah Gunadi dan Ibu Suratmi yang senantiasa mendoakan, serta sebagai seorang motivator pembangkit semangat untuk tetap melakukan terbaik, terimakasih atas doa, semangat, motivasi, pengorbanan, nasehat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini.

Dosen pembimbing dan dosen wali saya, Dra. Rohmatun, M.Si yang selama ini telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun dan mengarahkan saya, memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, agar saya menjadi lebih baik.

UNISSULA dan Fakultas Psikologi sebagai almameter kebanggaan tempat penulis mendapatkan banyak makna tentang kehidupan.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah *subhanallahu wa ta'ala* atas rahmat, keridhoan, dan kekuatan yang telah diberikan kepada penulis sehingga karya ini mampu diselesaikan penulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh derajat S1 Sarjana Psikologi. Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, semoga kita senantiasa mendapatkan syafaat dari beliau.

Dalam proses penulisan karya ini, penulis mendapatkan banyak rintangan dan tantangan yang datang tanpa terduga, namun berkat dukungan, bantuan, motivasi dan doa yang diberikan oleh semua pihak secara moril maupun materil maka hal tersebut terasa lebih ringan untuk dijalani. Penulis mengucapkan terimakasih dengan kerendahan dan ketulusan hati kepada:

1. Bapak Dr. Joko Kuncoro, S.Psi., M.Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi UNISSULA atas dedikasinya dalam proses akademik serta apresiasi dan motivasi untuk seluruh mahasiswa agar terus berprestasi.
2. Dra. Rohmatun, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi dan dosen wali yang telah bersedia meluangkan waktu, mengarahkan, membimbing dan memberi dukungan selama proses penyusunan skripsi berlangsung.
3. Seluruh wanita dewasa awal di Desa Growong Lor yang telah berkenan menjadi responden dalam penelitian ini.
4. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama menempuh studi di UNISSULA.
5. Seluruh Staff dan Karyawan Fakultas Psikologi Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang memberikan kemudahan, fasilitas, bantuan dan kerjasama selama ini.
6. Ayah dan Ibu tercinta, Gunadi dan Suratmi yang senantiasa menjaga saya dalam doa-doa dan mengizinkan saya mengejar impian saya apa pun itu.
7. Nenek terbaik saya yaitu Nenek Parsi yang senantiasa memberikan semangat dan dukungan moral maupun materi kepada saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

8. Adik saya tercinta Muhammad Nur Arifin yang selalu memberi doa dan semangat untuk skripsi ini.
9. Kakek dan Nenek, Kakek Sumar dan Nenek Sriyatun yang selalu mendoakan, memberi semangat, nasehat, masukan untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Sahabat, Yossy, Firly, Devi, Yanti, Intan, Avita dan Alfi tanpa semangat, dukungan dan bantuan kalian semua tak kan mungkin aku sampai disini, terimakasih untuk canda tawa, tangis, dan perjuangan yang kita lewati bersama.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan masukan, kritik, dan saran dari berbagai pihak untuk menyempurnakan skripsi ini. penulis berharap karya sederhana ini mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu psikologi kedepannya.



Semarang, 28 Mei 2024

Aprilia Indah Nurhasanah
30701900029

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | ii |
| PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN..... | iv |
| MOTTO | v |
| PERSEMBAHAN | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| DAFTAR GAMBAR | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xiv |
| ABSTRAK..... | xv |
| ABSTRACT..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| A. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| B. Rumusan Masalah | 7 |
| C. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| D. Manfaat Penelitian..... | 8 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 9 |
| A. Perilaku Konsumtif..... | 9 |
| 1. Definisi Perilaku Konsumtif..... | 9 |
| 2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif .. | 10 |
| 3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif..... | 12 |
| B. Konformitas Teman Sebaya | 13 |
| 1. Definisi Konformitas Teman Sebaya | 13 |
| 2. Aspek-Aspek Konformitas Teman Sebaya | 14 |
| C. Gaya Hidup Hedonis | 16 |

| | |
|--|-----------|
| 1. Definisi Gaya Hidup Hedonis | 16 |
| 2. Aspek-Aspek Gaya Hidup Hedonis | 17 |
| D. Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif..... | 19 |
| E. Hipotesis | 21 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 22 |
| A. Identifikasi Variabel | 22 |
| B. Definisi Operasional..... | 22 |
| 1. Perilaku Konsumtif..... | 22 |
| 2. Konformitas Teman Sebaya | 23 |
| 3. Gaya Hidup Hedonis | 23 |
| C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel | 23 |
| 1. Populasi | 23 |
| 2. Sampel..... | 24 |
| 3. Teknik Pengambilan Sampel..... | 25 |
| D. Metode Pengumpulan Data | 25 |
| 1. Skala Perilaku Konsumtif..... | 25 |
| 2. Skala Konformitas Teman Sebaya | 26 |
| 3. Skala Gaya Hidup Hedonis | 26 |
| E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas | 27 |
| 1. Validitas..... | 27 |
| 2. Uji Daya Beda Aitem | 27 |
| 3. Reliabilitas Alat Ukur..... | 28 |
| F. Teknik Analisis Data | 28 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 30 |
| A. Orientasi Kacah dan Pelaksanaan Penelitian..... | 30 |
| 1. Orientasi Kacah Penelitian | 30 |
| 2. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian..... | 31 |
| B. Pelaksanaan Penelitian | 37 |
| C. Analisis Data dan Hasil Penelitian | 38 |

| | |
|--|----|
| 1. Uji Asumsi..... | 38 |
| 2. Uji Hipotesis..... | 40 |
| D. Deskripsi Variabel Penelitian | 41 |
| 1. Deskripsi Data Perilaku Konsumtif..... | 42 |
| 2. Deskripsi Data Konformitas Teman Sebaya | 43 |
| 3. Deskripsi Data Gaya Hidup Hedonis | 44 |
| E. Pembahasan | 45 |
| F. Kelemahan Penelitian | 48 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 49 |
| A. Kesimpulan..... | 49 |
| B. Saran..... | 49 |
| DAFTAR PUSTAKA | 51 |
| LAMPIRAN..... | 57 |



DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1. Rincian data populasi..... | 24 |
| Tabel 2. <i>Blueprint</i> Skala Perilaku Konsumtif..... | 26 |
| Tabel 3. <i>Blueprint</i> Skala Konformitas Teman Sebaya | 26 |
| Tabel 4. <i>Blueprint</i> Skala Gaya Hidup Hedonis | 27 |
| Tabel 5. Sebaran Distribusi Aitem Skala Perilaku Konsumtif | 32 |
| Tabel 6. Sebaran Distribusi Aitem Skala Konformitas Teman Sebaya..... | 33 |
| Tabel 7. Sebaran Distribusi Aitem Skala Gaya Hidup Hedonis | 34 |
| Tabel 8. Data Subjek Uji Coba Alat Ukur..... | 34 |
| Tabel 9. Sebaran Distribusi Aitem Skala Perilaku Konsumtif | 36 |
| Tabel 10. Sebaran Distribusi Aitem Skala Konformitas Teman Sebaya..... | 36 |
| Tabel 11. Sebaran Distribusi Aitem Skala Gaya Hidup Hedonis | 37 |
| Tabel 12. Data Responden Penelitian..... | 38 |
| Tabel 13. Demografi Subjek Penelitian..... | 38 |
| Tabel 14. Hasil Uji Normalitas..... | 39 |
| Tabel 15. Norma Kategorisasi | 42 |
| Tabel 16. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif..... | 42 |
| Tabel 17. Kategorisasi Skor Subjek Skala Perilaku Konsumtif | 42 |
| Tabel 18. Deskripsi Skor Skala Konformitas Teman Sebaya..... | 43 |
| Tabel 19. Kategorisasi Skor Subjek Skala Konformitas Teman Sebaya..... | 44 |
| Tabel 20. Deskripsi Skor Skala Gaya Hidup Hedonis..... | 44 |
| Tabel 21. Kategorisasi Skor Subjek Skala Gaya Hidup Hedonis | 44 |

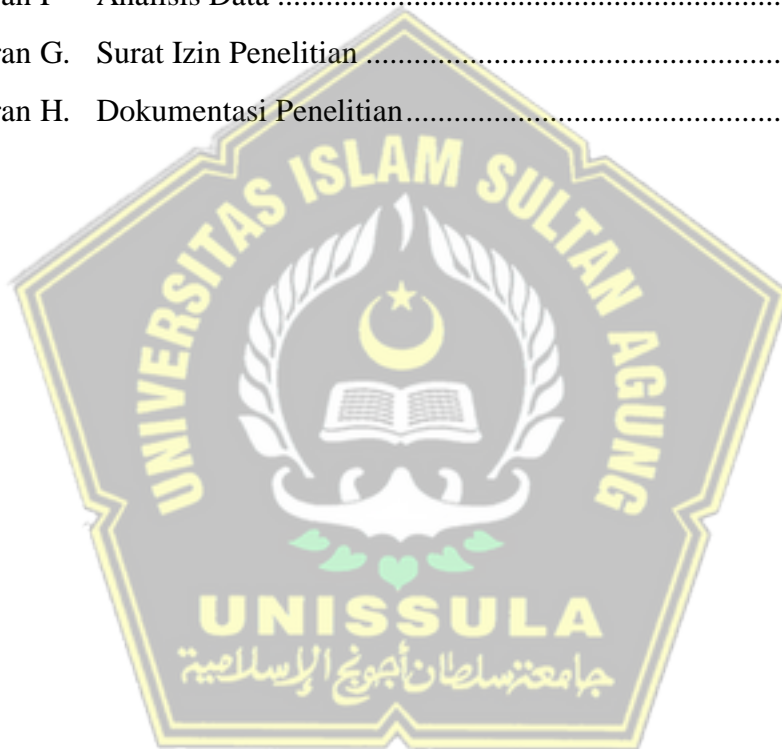
DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. Norma Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif | 43 |
| Gambar 2. Norma Kategorisasi Skala Konformitas Teman Sebaya | 44 |
| Gambar 3. Norma Kategorisasi Skala Gaya Hidup Hedonis | 45 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran A. Skala Uji Coba..... | 58 |
| Lampiran B. Tabulasi Data Skala Uji Coba | 86 |
| Lampiran C. Uji Daya Beda Aitem Dan Reliabilitas Skala..... | 102 |
| Lampiran D. Skala Penelitian | 109 |
| Lampiran E Tabulasi Data Skala Penelitian..... | 128 |
| Lampiran F Analisis Data | 144 |
| Lampiran G. Surat Izin Penelitian | 151 |
| Lampiran H. Dokumentasi Penelitian..... | 153 |



**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN
GAYA HIDUP HEDONIS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
PADA WANITA DEWASA AWAL DI KELURAHAN
GROWONG LOR KECAMATAN JUWANA**

Aprilia Indah Nurhasanah¹, Rohmatun²
Fakultas Psikologi

¹Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

²Dosen Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Email : Apriliaindah705@std.unissula.ac.id

rohmatun@unissula.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional. Populasi dalam penelitian ini yaitu wanita dewasa awal yang berjumlah 232 orang dan sampel penelitian sebanyak 164 orang. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *cluster random sampling*. Alat ukur yang digunakan pada penelitian berjumlah 3 skala yaitu perilaku konsumtif berjumlah 19 dengan reliabilitas 0,876. Skala konformitas teman sebaya berjumlah 13 aitem dengan reliabilitas 0,701. Skala gaya hidup hedonis berjumlah 19 aitem dengan reliabilitas 0,775. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda untuk hipotesis pertama dan korelasi parsial untuk hipotesis 2 dan 3. Hasil analisis regresi berganda menunjukkan ada hubungan yang signifikan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada ibu-ibu dewasa awal di Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana dengan $R = 0,753$ dan $F_{hitung} = 92,909$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Korelasi antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif diperoleh skor $r_{x1y} = 0,137$ dengan signifikansi 0,101 ($p \leq 0,01$) menunjukkan bahwa hipotesis kedua ditolak, artinya tidak ada hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif pada ibu-ibu dewasa awal. Korelasi antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif diperoleh skor $r_{x2y} = 0,705$ dengan signifikansi 0,000 ($p \leq 0,05$) artinya terdapat hubungan positif signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif sehingga menunjukkan jika hipotesis ketiga diterima. Sumbangan efektif variabel konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis 56,7%.

Kata kunci: Konformitas teman sebaya, Gaya hidup hedonis, dan Perilaku konsumtif.

**THE RELATIONSHIP BETWEEN PEER CONFORMITY AND HEDONIC
LIFESTYLE AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR AMONG EARLY
ADULT WOMEN IN GROWONG LOR VILLAGE
JUWANA DISTRICT**

Aprilia Indah Nurhasanah¹, Rohmatun²

Faculty of Psychology

¹*Student at the Faculty of Psycholog, Sultan Agung Islamic University Semarang*

²*Lecturer at the Faculty of Psychology Sultan Agung Islamic University Semarang*

Email : Apriliaindah705@std.unissula.ac.id

rohmatun@unissula.ac.id

ABSTRACT

This research aimed to determine the relationship between peer conformity and hedonic lifestyle and consumer behavior among early adult women in Growong Lor Village, Juwana District. This research used quantitative correlational methods. The population in this study was 232 early adult women the with 164 samples. The sampling method used ini this study was cluster random sampling technique. There were 3 measuring instruments used in the research. The consumer behavior scales consisted 19 item with a reliability of 0.876. The peer conformity scale consisted of 13 items with a reliability of 0.701. The hedonic lifestyle scale consisted of 19 items with a reliability of 0.750. Data analysis used in this research was multiple regression analysis and partial correlation. The results of the research showed that there is a significant positive relationship between peer conformity and hedonic lifestyle and consumer behavior in early adult mothers in Growong Lor Village, Juwana District with $R=0.753$ and $F_{count}=92.909$ with $p=0.000$ ($p<0.05$). The correlation between peer conformity and consumptive behavior obtained an r_{x1y} score of 0.137 with a significance of 0.101 ($p\leq 0.01$) indicating that the second hypothesis was rejected, which means that there is no relationship between peer conformity and consumptive behavior in early adult mothers. The correlation between hedonic lifestyle and consumptive behavior obtained an r_{x2y} score of 0.705 with a significance of 0.000 ($p\leq 0.05$), which means that there is a significant positive relationship between hedonic lifestyle and consumptive behavior, thus indicating that the third hypothesis is accepted. The contribution of the effective variables of peer conformity and hedonic lifestyle is 56.7%.

Keyword : *Peer conformity, hedonic lifestyle, and consumer behavior.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Aktivitas berbelanja diartikan tindakan dilakukan oleh individu agar memenuhi kebutuhan hidup. Menurut Frankel (Astuti, 2013), wanita dewasa awal cenderung membeli barang tidak hanya karena kebutuhan, tetapi juga untuk merayakan sesuatu, sering kali tanpa perencanaan, dan lebih sering dibandingkan pria. Aktivitas berbelanja dapat dikategorikan menjadi tiga jenis diantaranya kebutuhan, kesenangan, dan kemewahan. Namun, ketidakpuasan terhadap barang yang dibeli sering kali muncul, yang dapat memicu perilaku konsumtif. Ketidakpuasan ini sering memicu keinginan untuk terus membeli lebih banyak barang, yang pada akhirnya bisa berdampak negatif pada kesejahteraan finansial dan emosional individu. Perilaku konsumtif ini perlu dikelola dengan bijak agar tidak mengarah pada masalah yang lebih serius seperti utang atau kecanduan belanja.

Fase pematangan awal merupakan fase penting dalam perjalanan dari masa remaja menuju kedewasaan, di mana individu mulai mengadaptasi tren yang beragam dalam berbagai aspek kehidupan (Deky, dkk., 2023). Menurut Hurlock (1996) periode ini berlangsung dari usia 18 hingga 40 tahun, ditandai oleh transformasi fisik dan psikologis, serta penurunan kapasitas reproduksi. Dariyo (2003) juga mengindikasikan bahwa masa dewasa muda merangkum usia antara 20 hingga 40 tahun. Wanita dewasa awal merupakan konsumen terbesar karena individu mulai memiliki penghasilan yang memungkinkan individu membeli produk untuk kepuasan diri (Fazriyanti, 2012). Pada tahap ini, individu tidak hanya fokus pada aspek emosional tetapi juga mencapai kemandirian ekonomi. Kemandirian ekonomi ini mendorong individu untuk melakukan pembelian dan menjadi lebih konsumtif. Di masa dewasa awal, individu juga cenderung membangun karier dan hubungan yang stabil, mengejar pendidikan lanjutan, serta mulai merencanakan masa depan individu, termasuk perencanaan keuangan dan keluarga.

Pendukung temuan ini ditemukan dalam hasil survei *Snapcart* yang menunjukkan bahwa mayoritas 65% dari konsumen dalam transaksi belanja adalah perempuan (Kusumatriana et al., 2020). Untuk kategori produk yang dibeli, baik pria dan wanita ternyata sama-sama menghabiskan paling banyak di kategori *fashion* dan aksesorisnya. Persentasenya mencapai 22% untuk pria dan 36% untuk wanita. Kaum wanita setelah *fashion* berturut-turut paling berminat pada kategori produk kesehatan dan kecantikan, peralatan rumah tangga dan kemudian makanan. Berdasarkan kelompok umur, kategori yang paling banyak belanja online adalah usia 26 sampai 25 tahun sebesar 46% diikuti rentang umur 18 sampai 25 tahun sebesar 38%. Umur yang paling jarang belanja adalah 55 tahun ke atas, persentasenya hanya 0,2% (Dewandari & Putri, 2021). Terdapat 66% wanita dewasa awal yang merasa tidak masalah membeli lebih dari satu barang yang sama dengan alasan iseng dan untuk koleksi. Individu yang telah memiliki perilaku konsumtif akan dengan mudah membeli barang tanpa pertimbangan maupun melihat apakah barang tersebut sebagai kebutuhan atau membeli hanya karena emosi sesaat saja.

Ningsih dan Bawono (2016) mengatakan bahwa wanita dewasa awal akan lebih memikirkan bagaimana untuk tampil cantik dan menarik. Demi menjadi cantik dan menarik, para wanita rela menghabiskan uangnya untuk membeli atribut yang mahal atau bermerek, seperti sepatu, tas, pakaian, dan sebagainya yang dapat menunjang penampilannya. Diantara status sosial wanita yang rentan terkena perilaku konsumtif adalah wanita dewasa awal (Ratna & Nasrah, 2015). Wanita dewasa awal dapat dengan mudah mengeluarkan uangnya untuk sesuatu yang individu inginkan. Wanita dalam menjalankan status sosialnya dituntut untuk dapat melakukan penyesuaian diri terhadap lingkungan sosial salah satunya mengenai penampilan. Oleh karena itu, terkadang wanita sering tergoda untuk berpenampilan yang lebih menarik dibandingkan dengan orang lain dan akhirnya mengakibatkan individu membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhannya (Ratna & Nasrah, 2015).

Pendapat dari Pratiwi (2019) pada zaman sekarang individu mudah untuk berbelanja contohnya teknologi internet yang hadir saat ini memberikan

kemudahan yang sangat signifikan dalam proses belanja. Hal ini antara lain melalui kehadiran berbagai macam *online shop* yang dapat diakses dengan mudah. Teknologi telah memberikan banyak kemudahan sehingga dapat meningkatkan gaya hidup bagi semua kalangan termasuk wanita dewasa awal. Wanita dewasa awal dengan gaya hidup tinggi akan menggunakan uangnya untuk hal-hal yang tidak penting tanpa memikirkan manfaatnya sehingga lama kelamaan wanita dewasa awal tersebut dapat berperilaku konsumtif. Misalnya sebagian individu yang memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi dan tergolong dalam kelas sosial tinggi maka individu tersebut akan berpenampilan dengan menggunakan barang-barang mewah sehingga dapat menunjukkan status sosial dirinya (Pratiwi, 2019).

Konteks konseptual yang dibahas oleh Fromm (Ripki, 2017), perilaku konsumtif dapat diinterpretasikan sebagai tindakan berbelanja yang tidak terkendali, di mana individu lebih memprioritaskan keinginan pribadi daripada kebutuhan yang esensial, tanpa adanya hierarki yang jelas. Fenomena ini mencerminkan predisposisi individu untuk mengejar akuisisi berlebihan yang tidak esensial, semata-mata untuk mencapai tingkat kepuasan optimal (Romadloniyah & Setiaki, 2020). Perilaku ini membuat konsumen tidak pernah puas dengan kesenangan individu sendiri dan mengabaikan fungsi atau kebutuhan yang sebenarnya perlu dipenuhi. Individu dengan perilaku konsumtif yang tinggi cenderung berbelanja berdasarkan keinginan dan kemewahan, tanpa menetapkan batas antara kebutuhan dan kesenangan, hanya untuk memenuhi keinginan individu (Aini, 2020). Biasanya, konsumen membeli barang karena merek, dengan tujuan meningkatkan status di lingkungan sosial individu. Idealnya, pembelian barang harus dilakukan berdasarkan kebutuhan dengan mempertimbangkan harga, bentuk, model, kualitas, dan fungsi dari barang atau jasa yang akan dibeli (Firmansyah, 2018). Selain itu, perilaku konsumtif sering kali dipengaruhi oleh tekanan sosial dan iklan yang mendorong masyarakat agar sering membeli beberapa barang yang sebenarnya tidak mendesak, menyebabkan siklus pembelian yang tidak pernah berakhir.

Perilaku konsumtif sering kali tidak dipicu oleh kebutuhan yang nyata, melainkan oleh dorongan supaya merasakan puas, kegembiraan secara fisik, atau sekadar keinginan agar memerasakan hal yang baru. Akibatnya, perilaku ini dicirikan oleh kebiasaan membeli barang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kegunaan atau fungsinya (Ulfairah, 2021). Penelitian mengenai perilaku konsumtif menjadi menarik karena kebiasaan ini, jika berlebihan, dapat menimbulkan berbagai dampak negatif. Dampak-dampak tersebut meliputi peningkatan konsumsi yang tidak terkontrol, pemborosan sumber daya, sikap impulsif dalam membeli, penumpukan hutang kredit, gangguan psikologis seperti depresi, kesalahan dalam memandang kehidupan, serta kecenderungan menjadi materialistis (Rahayu, Pangiuk, & Badaruddin, 2020).

Praktik pembelian yang bersifat konsumtif telah mengakar dalam beragam strata sosial, termasuk di tengah-tengah kaum perempuan dewasa awal yang bertempat tinggal di lingkungan Kelurahan Growong Lor, yang terletak di wilayah administratif Kecamatan Juwana. Dalam kehidupan sehari-hari, wanita dewasa awal tersebut berbelanja baik secara *online* maupun secara langsung di pasar, *supermarket* maupun *minimarket*. Seperti wawancara yang telah dilakukan peneliti kepada tiga wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana sebagai berikut:

“Cuman kalo ada barang yang aku suka ya dibeli (barang-barang mewah). Hehe Soalnya barang branded tuh lebih awet daripada barang-barang yang ga ada merknya. Kalo ada uang lebih seneng beli barang branded sih. Lebih bagus juga kan Biasanya iya sih (terpengaruh dari teman), namanya lihat barang bagus siapa yang gak kepengen, hehehe. Cuman lebih sering kita belinya barengan. Pengen beli soalnya temen-temen pada beli.” (K, 40 Tahun)

“Kalo ga pengen ya gak beli (barang-barang mewah). Barang branded aku ada sih. Yaa bisa dibilang lumayan tertarik sih. kalau temen-temen yang lain pada cantik masa gak insecure Pril, hehe. Pernah lah. Seringnya gitu (terpengaruh dari teman), cuma aku ga selalu beli yang aku pengen. Beli buat koleksi aja sih.” (K, 37 Tahun)

“Saya sering membeli barang hanya karena tergiur dengan diskon atau barang terlihat menarik. Tiap minggu saya bisa beli barang secara langsung ataupun online. Apalagi kalo teman-teman pada

punya, rasanya ga pengen ketinggalan untuk punya barang itu. Jadi biar ngerasain seneng juga kalo punya barang yang sama. Beli beli kayak gini memang nyenengin hati dan pikiran, walaupun jatuhnya boros tapi belanja adalah hal yang menyenangkan (M, 35 Tahun).

Berdasarkan wawancara tersebut dapat disimpulkan bahwa wanita dewasa awal di kecamatan Juwana memiliki perilaku konsumtif dengan barang-barang mewah dan cenderung membeli barang karena teman-teman sebayanya memiliki barang mewah tersebut. Selain itu, wanita dewasa awal juga lebih tertarik untuk membeli barang *branded* daripada memikirkan fungsinya. Belanja tanpa pertimbangan yang matang sehingga memiliki banyak pengeluaran. Wanita dewasa awal juga membeli karena tertarik diskon walaupun barang yang dibeli tidak dibutuhkan di kehidupan.

Fransiska & Suyasa (2005) mengatakan bahwa perilaku konsumtif pada individu berpengaruh pada banyaknya beberapa faktor, termasuk iklan produk, konformitas, dan gaya hidup. Konformitas merujuk pada kecenderungan individu menyesuaikan diri dengan kelompok, berperilaku serupa dengan teman sebayanya. Seringkali, individu meminta pendapat teman sebelum membuat keputusan pembelian. Konformitas ini dapat menyebabkan tekanan untuk mengadopsi pola perilaku atau mengikuti tren tertentu demi persetujuan sosial atau menghindari keterasingan. Pada tahap dewasa awal, individu cenderung menunjukkan konformitas terhadap norma dan nilai kelompok sosial individu. Fenomena ini terlihat dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk mode, gaya hidup, dan pilihan karir. Selain itu, konformitas tidak hanya mempengaruhi keputusan konsumen tetapi juga dapat memengaruhi preferensi individu dalam hal budaya pop, penggunaan media sosial, serta keterlibatan dalam aktivitas rekreasi dan komunitas tertentu. Hal ini menegaskan betapa kuatnya pengaruh sosial dalam membentuk perilaku individu di berbagai konteks kehidupan.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Susanto & Savira (2021) menunjukkan jika terdapat hubungan yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif penggunaan *e-commerce marketplace* pada wanita dewasa awal ($R= 0,433$ dan $p < 0,05$). Sejalan dengan penelitian sebelumnya dari Ciptaningtyas & Prasteyo (2022) menunjukkan adanya hubungan positif yang

signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise*. Konformitas memberikan sumbangan efektif sebesar 19,9% terhadap perilaku konsumtif dimana semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif pembelian *merchandise*. Penelitian lain yang dilakukan oleh Pradipta & Kustanti (2021) menunjukkan koefisien r_{xy} sebesar 0,903 dengan tingkat signifikansi $p= 0,001$ ($p < 0, 05$) artinya bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa di *coffeeshop* dimana konformitas memiliki sumbangan efektif sebesar 57, 6%.

Faktor tambahan yang dapat memengaruhi kecenderungan untuk mengonsumsi barang dan jasa adalah gaya hidup hedonis, sebuah konsep yang telah diperkenalkan oleh (Kotler & Keller, 2016). Secara khusus, Thamrin & Saleh (2021) merinci gaya hidup ini sebagai sebuah pola perilaku yang menekankan pada pencarian kenikmatan dan kepuasan pribadi, seperti melakukan pembelian barang-barang mewah, menghabiskan waktu di tempat-tempat hiburan, dan mengikuti tren-tren yang sedang populer. Individu yang mengadopsi gaya hidup hedonis cenderung meniru tokoh-tokoh influensial dan memiliki keinginan untuk diperhatikan oleh orang lain. Hal ini mencerminkan preferensi untuk gaya hidup yang mengutamakan kenyamanan dan kepuasan tanpa harus bersusah payah. Penelitian oleh Allam & Shoib (2013) menegaskan bahwa kesenangan menjadi faktor kunci dalam pemahaman hedonisme. Dengan tingkat hedonisme yang tinggi, konsumen lebih mungkin untuk melakukan pembelian impulsif demi meraih kepuasan pribadi, walaupun barang yang dibeli tersebut mungkin tidak memiliki manfaat yang signifikan secara fungsional.

Penelitian gaya hidup hedonis yang dilakukan oleh Thamrin & Saleh (2021) menunjukkan R 0,671 dengan nilai Sig. 0,000 artinya terdapat korelasi signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif. Peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Nurazijah, Fitriani, & Rustini (2023) disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonisme dengan perilaku konsumtif terhadap mahasiswa yang berasal dari Minahasa. dimana semakin tinggi gaya hidup hedonis maka semakin tinggi juga perilaku konsumtifnya. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nazarudin

& Widiastuti (2022) terdapat pengaruh positif antara gaya hidup hedonisme terhadap perilaku konsumtif remaja putri di kota Kupang dengan nilai sebesar 0,771 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$).

Penelitian yang akan dilaksanakan memiliki perbedaan terutama pada penentuan variabel bebasnya. Penelitian sebelumnya menggunakan variabel bebas seperti kontrol diri, citra diri, motivasi emosional, dan fanatisme sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel bebas gaya hidup hedonisme dan konformitas teman sebaya. Selain itu, perbedaan utama antara penelitian sebelumnya dengan penelitian yang akan dilakukan terletak pada pendekatan metodologisnya. Penelitian sebelumnya menggunakan metode kualitatif dan eksperimen sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode kuantitatif.

Berdasarkan analisis fenomena yang telah dipaparkan sebelumnya, disimpulkan bahwa eksplorasi terhadap hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dalam memengaruhi pola konsumsi wanita dewasa awal memiliki signifikansi yang substansial dalam konteks penelitian. Oleh karena itu, peneliti berkeinginan untuk merancang sebuah studi dengan judul “Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Wanita Dewasa Awal di Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana”.

B. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang ada rumusan masalah penelitian yakni : apakah ada hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana?.

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu supaya dapat hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk memperdalam pemahaman dan mendukung kerangka konseptual yang telah tersedia dalam literatur akademik, khususnya dalam konteks psikologi sosial, terkait interaksi antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Diharapkan temuan dari penelitian ini tidak hanya menjadi tambahan pada pengetahuan yang sudah ada, tetapi juga memberikan dasar yang kuat bagi penelitian lanjutan.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diantisipasi guna sumber pengertian bagi masyarakat serta sebagai panduan bagi para ibu muda dalam menangani perilaku konsumtif yang cenderung menuju ke arah pembelian barang atau jasa secara berlebihan. Hal ini terjadi ketika pertimbangan rasional terabaikan dan preferensi lebih cenderung kepada keinginan daripada kebutuhan esensial.

b. Bagi Peneliti

Studi ini mampu memberikan pandangan baru yang bernilai tambah dalam ranah pengetahuan dan pengalaman, memperkaya pemahaman peneliti terhadap fenomena perilaku konsumtif yang muncul pada wanita dewasa awal, yang dipengaruhi oleh dinamika konformitas sosial dengan teman sebaya serta gaya hidup hedonis.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Fransiska & Suyasa (2005) mengatakan bahwa perilaku konsumtif yakni ketika individu membeli barang agar mencapai kebutuhan dasar dan meraih keinginan individu yang berlebihan, yang pada gilirannya menyebabkan pemborosan dan pengeluaran yang tidak efisien. Gumulya & Widiastuti (2013) menggambarkan "konsumtif" sebagai ekspresi perilaku boros dalam konsumsi barang dan layanan yang berlebihan. Konsep ini juga ditegaskan oleh Sumartono (2002), yang menandai perilaku konsumtif sebagai pemanfaatan produk dalam jumlah yang tidak seimbang.

Tindakan konsumtif mengindikasikan kecenderungan seseorang untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan esensial, melainkan juga mengikuti hasrat atas barang-barang, baik yang penting maupun tidak (Zahra & Anoraga, 2021). Ini berarti menempatkan keinginan sekunder di atas kebutuhan utama (Tribuana, 2020). Dalam hal ini, biaya yang dikeluarkan cenderung lebih tinggi karena kaitannya tidak dengan kebutuhan pokok, tetapi juga dengan pemuasan keinginan (Haryani, 2015). Hal ini menunjukkan pergeseran fokus dari kebutuhan esensial menuju permintaan keinginan.

Perilaku konsumtif adalah dorongan kuat seseorang untuk mengeluarkan uang pada barang atau layanan yang sebetulnya tak diperlukan demi memenuhi keinginan pribadi (Susanto & Savira, 2021). Luas, Irawan, & Windrawanto (2023) menyatakan bahwa perilaku ini mencerminkan ketidakmampuan individu untuk menahan diri dari membeli barang yang tidak dibutuhkan, tanpa mempertimbangkan fungsi esensialnya. Romadloniyah & Setiaji (2020) menambahkan bahwa perilaku konsumtif mencerminkan kecenderungan individu untuk berlebihan dalam mengonsumsi barang demi mencapai kepuasan maksimal, meskipun barang tersebut sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan. Dalam esensi, perilaku ini

merangkul keinginan yang berlebihan untuk memperoleh kepuasan instan melalui pembelian yang impulsif.

Berdasarkan analisis yang terdapat di atas, disimpulkan jika perilaku konsumtif merujuk pada praktek memperoleh barang dan jasa tidak semata-mata untuk memenuhi kebutuhan dasar, melainkan untuk memuaskan keinginan subjektif. Fenomena ini sering kali mengakibatkan pengeluaran yang tidak proporsional terhadap penghasilan serta menimbulkan dampak negatif dalam bentuk pemborosan sumber daya, sementara pada sisi lain memberikan kepuasan psikologis yang sementara.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Terdapat faktor berpengaruh pada perilaku konsumtif menurut Kurniawan (2017), antara lain :

a. Faktor internal

- 1) Individu ingin tampak berbeda dari yang lain, rata-rata konsumen mengejar eksklusivitas dalam kepemilikan, yang mendorong individu untuk mencari barang-barang langka atau edisi terbatas. Hal ini sering kali melibatkan pengeluaran besar untuk membedakan diri dari orang lain.
- 2) Kebanggaan karena penampilan dirinya, dorongan konsumtif sering kali timbul dari keinginan akan prestise sosial yang diperoleh melalui kepemilikan barang-barang mewah atau terbaru. Hal ini didorong oleh kebanggaan yang berlebihan terhadap penampilan diri yang dianggap meningkatkan status sosial seseorang.

b. Faktor eksternal

- 1) Konformitas teman sebaya, individu juga cenderung menunjukkan perilaku konformitas di mana individu secara refleksif mengikuti tren dan mengincar kepemilikan benda-benda yang sedang populer sejalan dengan evolusi budaya. Dalam konteks organisasi, anggota kelompok aktif bertukar informasi dan bersaing dalam memperlihatkan citra diri guna memperoleh pengakuan sosial di dalam lingkungan individu. Tindakan ini bertujuan untuk

memperoleh penerimaan sosial dan mengukuhkan identitas diri sebagai bagian yang berarti dari komunitas tersebut.

- 2) Menarik perhatian dari orang lain, adalah satu determinan yang signifikan terhadap perilaku konsumtif individu adalah dorongan untuk menarik perhatian sosial, yang sering kali diekspresikan melalui kepemilikan barang-barang terkini. Individu cenderung mengintensifkan aktivitas pembelian individu, tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan fungsional, tetapi juga untuk memperkuat identitas dan status sosial individu.

Anggraini & Santhoso (2017) mengemukakan variabel yang berpotensi menginduksi timbulnya perilaku konsumtif, yakni:

- a. Faktor internal, yakni faktor-faktor yang berakar dalam psikologis individu. Sebagai contoh, gaya hidup hedonis. Gaya hidup kontemporer masa kini berpengaruh terhadap preferensi konsumsi seseorang, menimbulkan pembelian impulsif atau tak terencana yang pada akhirnya merangsang perilaku konsumtif. Wanita yang menganut gaya hidup hedonis seringkali cenderung membeli produk-produk bermerk dan sesuai dengan tren demi mempertahankan citra modis dan kekinian individu.
- b. Faktor eksternal, merujuk pada faktor-faktor yang timbul dari lingkungan luar individu, seperti media sosial, menawarkan akses yang lebih luas terhadap dunia, termasuk informasi dan teknologi yang terus berkembang. Interaksi dengan media sosial ini dapat membentuk persepsi individu dan memengaruhi individu untuk mengikuti arus perubahan yang terjadi. Selain itu, kehadiran media sosial juga mendorong perilaku konsumtif, terutama saat individu terpapar dengan profil atau snapgram yang menarik perhatian individu.

Penelitian yang dijalankan Murugantham & Bhakat (2013) perilaku konsumtif berpengaruh pada faktor internal dan faktor eksternal, yaitu:

- a. Faktor internal, merujuk pada variasi kepribadian individu yang mendorong individu menuju pembelian impulsif, meliputi motivasi

hedonis, minat terhadap tren fashion, pertimbangan normatif konsumen, serta variabel demografis.

- b. Faktor eksternal, mengacu pada serangkaian isyarat pemasaran yang direncanakan dengan cermat oleh penjual untuk mempengaruhi perilaku konsumen, termasuk namun tidak terbatas pada dimensi toko, estetika lingkungan belanja, penetapan harga yang menggoda, dan media promosi yang digunakan.

Dapat disimpulkan banyaknya faktor yang berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal misalnya pembeli ingin terlihat beda dari yang lain, kebanggaan karena penampilan dirinya, dan gaya hidup hedonis, serta faktor eksternal misalnya konformitas dan menarik perhatian orang lain.

3. Aspek-Aspek Perilaku Konsumtif

Fromm (Ripki, 2017) mengemukakan beberapa aspek perilaku konsumtif yang dapat diidentifikasi, yaitu:

- a. Pembelian impulsif (*impulsive buying*), pembelian impulsif yang menunjukkan bahwa individu seringkali membeli tanpa pertimbangan yang matang, didorong oleh dorongan emosional sesaat dan tanpa memikirkan konsekuensi di masa depan.
- b. Pemborosan (*wasteful buying*), pemborosan merupakan kecenderungan untuk menghambur-hamburkan sumber daya finansial tanpa adanya kebutuhan yang jelas.
- c. Pembelian tidak rasional (*non rational buying*), pembelian tidak rasional, yang mencerminkan tindakan di mana konsumen membeli barang hanya untuk memperoleh kebahagiaan sesaat, tanpa dasar pertimbangan yang rasional.

Suminar & Meiyuntari (2015) mengatakan bahwa perilaku konsumtif bisa dilihat dari berbagai segi, yakni:

- a. Intensitas, yang menandai seberapa besar dorongan seseorang untuk mendapatkan barang-barang tertentu, cenderung meningkat seiring dengan perilaku konsumtif.

- b. Kebutuhan, merujuk pada dorongan individu untuk memenuhi kebutuhan tertentu dengan membeli barang-barang.
- c. Kepuasan, mencerminkan tingkat kepuasan yang dirasakan individu ketika melakukan pembelian atau memiliki barang tertentu.
- d. *Prestige*, menggambarkan bagaimana kepemilikan barang bermerk dapat meningkatkan citra atau reputasi seseorang.
- e. Status sosial, kekayaan, dan eksklusivitas, mengungkapkan bagaimana pembelian barang-barang mewah atau bermerk dapat menjadi simbol status sosial yang tinggi atau keistimewaan dalam masyarakat.

Mangkunegara (2005) menyatakan bahwa perilaku konsumtif mencakup berbagai dimensi, termasuk tindakan impulsif dalam pembelian, pengeluaran berlebihan, rentan terhadap pengaruh daya tarik, pencarian kepuasan, dan eksplorasi kesenangan.

Berdasarkan pemaparan diatas, kesimpulan dari aspek perilaku impulsif yaitu kepuasan, intensitas, pembelian impulsif, status sosial, kekayaan, dan eksklusivitas, pembelian tidak rasional, dan pemborosan.

Perilaku konsumtif pada penelitian ini akan diungkap berdasarkan teori menurut menurut Fromm (Ripki, 2017) yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian tidak rasional.

B. Konformitas Teman Sebaya

1. Definisi Konformitas Teman Sebaya

Konformitas adalah transformasi sikap yang terjadi pada individu ketika individu menyesuaikan keyakinan atau tindakan individu agar sejalan dengan norma yang dipegang oleh kelompok atau individu lain (Susanto & Savira, 2021). Hal ini mencerminkan kecenderungan individu untuk mengikuti pola perilaku yang dianut oleh kelompok referensi individu, dengan tujuan menghindari stigmatisasi atau isolasi sosial, serta mendapatkan penerimaan dari lingkungan sosial individu (Romadloniyah & Setiaji, 2020). Tribuana (2020) juga mendukung pandangan ini, mengemukakan bahwa

konformitas melibatkan modifikasi perilaku, persepsi, dan opini individu agar sejalan dengan norma yang berlaku dalam kelompok tertentu.

Myers (Vatmawati, 2019) mengatakan bahwa konformitas merujuk pada adaptasi perilaku atau pandangan yang sesuai dengan norma-norma kelompok. Konformitas bukan sekadar melakukan apa yang dilakukan orang lain, namun juga mencakup pengaruh yang diterima dari tindakan kolektif. Bong & Kim (2015) menegaskan bahwa konformitas adalah penyesuaian respons atau penekanan respons yang otentik untuk mempertahankan konsistensi dengan mayoritas. Taylor, Peplau, & Sears (2009) mengajukan pandangan bahwa konformitas melibatkan upaya individu atau entitas untuk mengarahkan tindakan pihak lain menuju pola tertentu, terkadang tanpa keinginan langsung dari pihak yang bersangkutan.

Istilah konformitas merujuk pada dinamika di mana individu menyelaraskan perilakunya dengan norma-norma yang dihadapi dalam konteks kelompok sosialnya. Dalam analisisnya, Baron & Byrne (Martasari & Arisandy, 2018) menegaskan bahwa konformitas terjadi sebagai respons terhadap tekanan yang tak terucapkan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan diri. Perspektif lainnya, yang diusulkan oleh Sarwono & Meinarno (2009), menyoroti konformitas sebagai hasil dari dorongan internal untuk selaras dengan perilaku individu lain dalam lingkungan sosialnya.

Berdasarkan definisi yang disajikan, dapat ditarik kesimpulan bahwa konformitas merujuk pada suatu fenomena sosial yang mengakibatkan perubahan perilaku pada individu, yang kemudian menunjukkan tindakan yang sejalan dengan norma yang ada, dipengaruhi oleh tindakan individu lain. Dengan demikian, individu tersebut mengadaptasi perilaku yang tidak selaras dengan preferensi pribadinya demi mencapai integrasi sosial dan akseptansi di lingkungan sosialnya.

2. Aspek-Aspek Konformitas Teman Sebaya

Taylor, Peplau, & Sears (2009) mengidentifikasi beberapa aspek yang mencerminkan adanya konformitas, yakni:

- a. Kekompakan, yang merupakan ekspresi dari rasa empati terhadap rekan

sekelompok serta tingkat keterlibatan yang tinggi terhadap kelompok, merupakan hasil dari kebutuhan akan afirmasi sosial dan upaya untuk menghindari penolakan dalam lingkungan kelompok.

- b. Kesepakatan muncul seiring dengan adanya keyakinan terhadap norma-norma yang mengatur kelompok serta kesamaan opini di antara para anggotanya, yang diinduksi oleh ketergantungan individu terhadap dinamika kelompok..
- c. Kepatuhan, yang mencerminkan kesiapan untuk berperilaku meskipun mungkin tidak dikehendaki secara pribadi, muncul karena adanya tekanan sosial dari rekan sekelompok dan aspirasi untuk memenuhi standar yang ditetapkan oleh kelompok tersebut.

Baron & Byrne (Martasari & Arisandy, 2018) mengungkapkan bahwa konformitas melibatkan dua aspek utama, yakni:

- a. *Informational influence*, dimana individu mengubah perilakunya sesuai dengan lingkungan karena adanya informasi yang bermanfaat dari individu lain yang cenderung melakukan tindakan yang benar.
- b. *Normative influence*, dimana individu mengubah perilakunya agar diterima oleh orang lain dan mendapatkan penerimaan sosial.

Santrock (2008) dalam konsepsi yang serupa, menyoroti dua aspek konformitas:

- a. Penyamaan perilaku dengan perilaku kelompok, yang menjelaskan dorongan besar individu untuk diterima dan diakui oleh kelompok, mendorong individu untuk mengikuti perilaku yang sudah mapan dalam kelompoknya.
- b. Perilaku standar kelompok, dalam paradigma perilaku sosial, standar perilaku kelompok menjadi penanda penting. Norma dan informasi yang diserap dari lingkungan kelompok menjadi modal penting bagi individu untuk mengikuti arus perilaku yang diharapkan. Tekanan ini, baik yang bersifat konseptual maupun aktual, mendorong individu untuk mengamati dan menginternalisasi norma-norma yang ada, memungkinkan adaptasi perilaku sesuai dengan dinamika kelompok.

Berdasarkan pada penjelasan diatas, dapat disimpulkan jika aspek konformitas teman sebaya yaitu kekompakan, kepatuhan, kesepakatan, perilaku standar kelompok, *informational influence*, dan *normative influence*.

Konformitas teman sebaya pada penelitian ini akan diungkap berdasarkan teori dari Taylor, Peplau, & Sears (2009) yaitu kekompakan, ketaatan, dan kesepakatan.

C. Gaya Hidup Hedonis

1. Definisi Gaya Hidup Hedonis

Keinginan yang berkelanjutan untuk meraih kesenangan dan menjauhi rasa tidak nyaman adalah esensi dari gaya hidup hedonis (Paujiah, dkk., 2022). Pandangan ini diperjelas oleh Feralda, Hasan, & Samsuryaningrum (2023), yang menggambarkan hedonisme sebagai filosofi yang menempatkan pencarian kenikmatan dan kesenangan materi sebagai hal yang utama, dengan keyakinan bahwa hidup hanya terjadi sekali, dan oleh karena itu, menuntut pengalaman-pengalaman nikmat yang melimpah. Hedonisme, menurut Yanti, Janah, & Nurbaity (2016), didefinisikan sebagai orientasi yang mengagungkan kenikmatan pribadi, kekayaan, dan kenyamanan di atas segalanya.

Gaya hidup hedonisme merujuk pada praktek individu dalam memanfaatkan aset finansial dan waktu individu, tercermin dalam preferensi aktivitas, minat, serta pandangan individu. Manifestasi dari pola hidup ini dapat ditemukan dalam aspek-aspek seperti mode, kuliner, barang-barang mewah, tempat sosialisasi, yang seringkali mengejar perhatian sebagai fokus utama. Konsep ini sejalan dengan deskripsi yang disajikan oleh Thamrin & Saleh (2021), menggambarkan orientasi ke arah kegiatan pencarian kenikmatan hidup, melalui kegiatan seperti berbelanja produk mahal, menghabiskan waktu di luar ruangan untuk kepuasan diri, mengikuti tren gaya hidup influencer, serta memiliki keinginan kuat untuk menjadi sorotan.

Gaya hedonis diterjemahkan sebagai mode eksistensi yang terfokus pada pencarian kesenangan melalui aktivitas di luar rumah, eksploitasi rekreasi, penghayatan kehidupan perkotaan yang sibuk, akuisisi barang-barang mahal yang memberikan kepuasan, dan aspirasi untuk menonjol di antara orang lain. Hedonisme, sebagai ideologi atau pandangan, merujuk pada pengejaran kesenangan duniawi, mencakup kenyamanan materi, kemewahan, dan gaya hidup yang mengagungkan kesenangan, sementara sifat hedonis menandakan karakteristik individu yang mengikuti prinsip-prinsip hedonisme (Lingga, 2010).

Berdasarkan paparan di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa gaya hidup hedonis merupakan sebuah corak eksistensi yang mengedepankan pencarian kebahagiaan dan kesenangan, melalui kecenderungan memperoleh barang-barang bergengsi serta aspirasi untuk menjadi fokus perhatian.

2. Aspek-Aspek Gaya Hidup Hedonis

Susianto (Kusumastuti, 2006) mengatakan bahwa gaya hidup hedonis dapat didefinisikan melalui beberapa aspek, antara lain:

- a. Kesenangan hidup, tujuan utama dalam hidup seseorang adalah untuk berfokus mencari kesenangan dan kepuasan tanpa batas.
- b. Pusat perhatian, ampil mewah dan megah dianggap sebagai sikap yang harus dipertontonkan, sehingga menarik perhatian orang lain menjadi prioritas
- c. Fasilitas, orang yang terlahir di keluarga berkecukupan dengan fasilitas kemewahan dan kemudahan akan lebih mudah memiliki sifat hedonisme.

Wells dan Tigert (dalam Azzahra, 2024) mengatakan bahwa terdapat tiga aspek gaya hidup hedonis yang patut dicermati, yaitu:

- a. Aktivitas, mencakup cara individu mengalokasikan waktu individu dengan mengutamakan aktivitas-aktivitas yang menawarkan kesenangan langsung, seperti berbelanja, menghabiskan waktu di luar ruangan, dan mengikuti tren terkini.

- b. Minat, mengacu pada ketertarikan individu terhadap hal-hal yang mencerminkan kesenangan hidup, seperti mode, kuliner, dan barang-barang mewah, yang sering kali menjadi pusat perhatian dan pengakuan dari lingkungan sekitarnya.
- c. Opini, mencakup pandangan atau tanggapan individu terhadap konteks sosial yang berkaitan dengan produk-produk yang menjanjikan kepuasan hidup, membentuk opini publik tentang kemewahan dan kesenangan dalam kehidupan sehari-hari.

Plumer (Fachruddin, 2016) juga menyatakan bahwa ada beragam dimensi dalam gaya hidup hedonis yang perlu diperhatikan, yang meliputi:

- a. Cara individu memanfaatkan waktu, baik melalui aktivitas pekerjaan, kesenangan, atau kegiatan rekreasi, mencerminkan pilihan dan preferensi personal yang beragam, termasuk tetapi tidak terbatas pada hobi, belanja, dan olahraga.
- b. Minat individu, preferensi dan fokus individu terhadap hal-hal seperti keluarga, karier, dan aspek-aspek penting lainnya dalam kehidupan sehari-hari, memperlihatkan keanekaragaman minat dan nilai-nilai yang individu anut
- c. Pandangan individu terhadap diri sendiri dan masyarakat, dalam konteks isu-isu sosial, politik, serta aspirasi masa depan, menunjukkan keragaman perspektif dan pemikiran yang membentuk identitas serta interaksi sosial.

Berdasarkan uraian di atas, dapat disimpulkan aspek gaya hidup hedonis yaitu aktivitas, opini, dan minat, pandangan individu terhadap diri sendiri dan masyarakat, kesenangan hidup, dan fasilitas.

Aspek gaya hidup hedonis pada penelitian ini akan diungkap berdasarkan teori dari Wells dan Tigert (Azzahra, 2024) yaitu aktivitas, opini, dan minat.

D. Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dan Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif tidak muncul sebagai respons langsung terhadap kebutuhan esensial, tetapi lebih sebagai hasil dari dorongan akan kepuasan atau eksplorasi atas hal baru. Dengan demikian, perilaku konsumtif ditandai dengan pembelian yang berlebihan tanpa mempertimbangkan secara rasional fungsi atau manfaatnya (Ulfairah, 2021). Perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor lingkungan dalam pembentukannya. Seseorang dengan perilaku konsumtif tinggi cenderung mudah dipengaruhi orang lain dalam membeli barang, membeli barang-barang keluaran terbaru, tertarik pada promo meskipun tidak membutuhkan barang tersebut (Mitra, Syahniar, & Alizamar, 2019).

Faktor eksternal seperti konformitas teman sebaya, keluarga, serta peran sosial dan status mempengaruhi perilaku konsumtif. Lingkungan dalam kelompok sebagai acuan yang sangat berpengaruh pada perilaku konsumtif. Sejalan dengan Schiffmann & Kanuk (2004) dalam buku *consumer behavior* memperjelas bahwa konformitas teman sebaya memiliki pengaruh kuat dikarenakan kelompok merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan. Konformitas teman sebaya yang ada di kalangan individu berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Konformitas teman sebaya memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk kepribadian dan perilaku seseorang. Rusich (2008) menjelaskan bahwa konformitas memiliki pengaruh kuat karena merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan nilai, informasi dan menyediakan petunjuk dalam melakukan konsumsi.

Kotler (2009) mengatakan bahwa kelompok akan mempengaruhi tiga hal dalam diri seseorang yaitu gaya hidup hedonis, mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi, serta menciptakan tekanan untuk mematuhi pilihan atau merk suatu produk. Sejalan yang diungkapkan oleh Putri (2015) perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal yaitu gaya hidup hedonis. Kepribadian, gaya hidup, dan demografi berpengaruh terhadap sikap maupun perilaku konsumtif individu. Bakat, minat, nilai dan konsep diri merupakan faktor psikologis dalam diri individu yang juga berpengaruh dalam sikap dan perilaku membeli. Chen

dan Whu (2010) menegaskan bahwa gaya hidup merujuk pada bagaimana individu bertahan hidup, bagaimana individu membelanjakan uangnya, dan bagaimana individu mengalokasikan waktu yang dimiliki.

Gaya hidup hedonis dinilai berkaitan pada individu tentang aktivitas, minat, dan opini yang berhubungan dengan tindakan nyata dan pembelian yang dilakukan individu. Kebiasaan ini menjadikan individu sulit untuk bersikap rasional yang pada mulanya individu diharapkan mampu bertindak rasional dalam menyikapi perkembangan yang ada serta menjadikan individu tidak lagi berorientasi pada masa depan, namun berorientasi pada gaya hidup yang individu jalani pada masa sekarang (Rizkallah dan Truong, 2010).

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wibowo (2018) membuktikan adanya pengaruh konformitas dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Artinya semakin tinggi konformitas dan gaya hidup hedonis maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif mahasiswa. Penelitian lain yang dilakukan oleh Fitriyani, Widodo, dan Fauziah (2013) menunjukkan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif dengan pengaruh 10.9% dari konformitas terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pulungan & Febriaty (2018) menunjukkan bahwa ada hubungan positif signifikan antara gaya hidup dengan perilaku konsumtif di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dengan koefisien determinasi sebesar 49,20%.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat ditarik kesimpulan jika terdapat hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif yang dimiliki individu dalam melakukan pembelian secara berlebihan terhadap suatu barang maupun jasa, sehingga dengan demikian terdapat hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif.

E. Hipotesis

Berdasarkan pada penjelasan diatas, terdapat hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Ada hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif
2. Ada hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, dimana semakin tinggi konformitas teman sebaya maka akan semakin tinggi juga perilaku konsumtif dan sebaliknya
3. Ada hubungan positif antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif, dimana semakin tinggi gaya hidup hedonis maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif dan sebaliknya



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Identifikasi Variabel

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa variabel dalam penelitian mengacu pada karakteristik, aspek, atau nilai yang berbeda-beda yang melekat pada entitas individu, objek, atau aktivitas, yang kemudian diidentifikasi oleh peneliti untuk diteliti dan dianalisis dengan tujuan menarik kesimpulan. Terdapat dua klasifikasi utama dari variabel penelitian, yakni variabel dependen dan independen. Menurut penjelasan Sugiyono (2017), variabel dependen, yang sering kali disebut sebagai variabel terikat, yakni entitas yang mengalami perubahan atau sebab adanya variabel independen. Di samping itu, variabel independen, yakni faktor yang memberikan pengaruh terhadap variabel dependen atau variabel terikat.

1. Variabel Bebas : a. Konformitas Teman Sebaya (X1)
b. Gaya Hidup Hedonis (X2)
2. Variabel Tergantung : Perilaku Konsumtif (Y)

B. Definisi Operasional

Azwar (2003) mengatakan bahwa definisi operasional merujuk pada konseptualisasi variabel yang dipandu oleh atribut yang dapat diobservasi secara empiris. Dalam konteks penelitian, penting bagi peneliti untuk memilih definisi operasional yang paling sesuai dengan variabel yang sedang diteliti. Penggunaan definisi operasional memberikan keuntungan dalam mengatur aturan dan langkah-langkah dalam pengukuran variabel serta membantu dalam memahami esensi variabel yang sedang diselidiki. Definisi operasional pada penelitian ini yaitu :

1. Perilaku Konsumtif

Tindakan konsumtif menggambarkan dorongan individu untuk memprioritaskan keinginan di atas kebutuhan esensial, sebagaimana digambarkan dalam struktur klasifikasi perilaku konsumtif yang merujuk pada aspek-aspek yang didefinisikan oleh teori Fromm, sebagaimana dikemukakan dalam analisis empiris yang dilakukan oleh Ripki (2017) antara lain, pembelian impulsif (*impulsive buying*), pemborosan (*wasteful buying*),

dan pembelian tidak rasional (*non rational buying*). Semakin tinggi skor yang diperoleh subjek berarti semakin tinggi perilaku konsumtif, sebaliknya semakin rendah skor yang diperoleh subjek berarti semakin rendah perilaku konsumtif yang dimiliki subjek.

2. Konformitas Teman Sebaya

Fenomena konformitas teman sebaya yakni kecenderungan individu untuk mengubah pandangan dan tindakan individu supaya sejalan dengan nilai yang dianut oleh teman sebaya atau lingkungan sosial yang individu ikuti. Konteks riset ini, tingkat konformitas teman sebaya dianalisis dengan mengacu pada tiga dimensi yang diidentifikasi oleh Taylor, Peplau, & Sears (2009), yakni ketaatan, kesepakatan, dan kekompakan. Peningkatan skor pada skala konformitas teman sebaya menunjukkan tingkat konformitas yang lebih tinggi pada subjek, sementara penurunan skor mengindikasikan tingkat konformitas yang lebih rendah pada subjek tersebut.

3. Gaya Hidup Hedonis

Pandangan hidup yang mengejar kesenangan dan kenikmatan material disebut sebagai gaya hidup hedonis. Penelitian oleh Azzahra (2024) memakai skala gaya hidup hedonis yang menilai perilaku konsumtif selaras pada aspek aktivitas, minat, dan opini. Semakin tinggi nilai pada skala tersebut, semakin kuat gaya hidup hedonis seseorang dan sebaliknya.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

1. Populasi

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa populasi merujuk pada domain generalisasi yang mencakup entitas atau individu yang memiliki atribut dan jumlah yang telah dipilih secara khusus oleh peneliti untuk tujuan penelitian, yang kemudian membantu dalam pengambilan kesimpulan. Dalam penelitian yang dilakukan ini, 223 wanita dewasa awal dari wilayah Kelurahan Growong Lor, yang terletak di Kecamatan Juwana, menjadi subjek penelitian. Adapun kriteria populasi pada penelitian ini, sebagai berikut :

- a. Jenis kelamin wanita dewasa awal dengan rentang usia 20 tahun - 40

tahun

b. Berdomisili di Kelurahan Gowong Lor Kecamatan Juwana.

Berikut merupakan rincian jumlah populasi pada wanita dewasa awal di Kelurahan Gowong Lor Kecamatan Juwana :

Tabel 1. Rincian data populasi

| No | RW | RT | Jumlah |
|-----|--------------|------|------------|
| 1. | | RT 1 | 12 |
| 2. | | RT 2 | 10 |
| 3. | | RT 3 | 11 |
| 4. | RW 1 | RT 4 | 12 |
| 5. | | RT 5 | 13 |
| 6. | | RT 6 | 10 |
| 7. | | RT 7 | 14 |
| 8. | RW 2 | RT 1 | 11 |
| 9. | | RT 2 | 12 |
| 10. | | RT 3 | 12 |
| 11. | | RT 4 | 11 |
| 12. | | RT 5 | 13 |
| 13. | | RT 6 | 10 |
| 14. | RW 3 | RT 1 | 11 |
| 15. | | RT 2 | 12 |
| 16. | | RT 3 | 13 |
| 17. | | RT 4 | 11 |
| 18. | | RT 5 | 9 |
| 19. | | RT 6 | 10 |
| 20. | | RT 7 | 9 |
| 21. | | RT 8 | 7 |
| | Total | | 233 |

2. Sampel

Sugiyono (2017) mengatakan bahwa sampel yakni representasi yang mencakup total dan sifat-sifat yang ada dalam populasi, sebaliknya, pandangan Azwar (2016) mengemukakan bahwa sifat-sifat yang dimiliki oleh populasi juga tercermin dalam sampel karena sampel merupakan bagian yang tak terpisahkan dari populasi. Sampel penelitian ini yaitu RW 1 berisikan dari RT 1-7 dan RW 2 berisikan RT 1-6 dimana jumlah sampel penelitian ini sebanyak 151 wanita dewasa awal.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Proses penelitian, pemakaian teknik pengambilan sampel merupakan langkah penting dalam mengekstraksi sejumlah elemen dari populasi yang relevan untuk dijadikan sampel. Tujuannya adalah untuk memahami beragam karakteristik subjek yang terlibat dalam penelitian, sehingga generalisasi dapat dilakukan terhadap populasi secara lebih luas. Dalam konteks ini, penelitian ini menerapkan metode *cluster random sampling*, sebuah pendekatan sampling yang memilih sampel dari *cluster* atau daerah tertentu, terutama ketika populasi yang diteliti memiliki cakupan yang sangat luas.

D. Metode Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data dalam instrumen penelitian dilakukan melalui penerapan metode skala. Sugiyono (2017) menjelaskan bahwa skala merupakan sarana untuk mengukur sudut pandang, opini, atau persepsi individu terhadap kejadian sosial tertentu. Dalam konteks ini, skala ini menghasilkan penilaian atau nilai pada setiap pertanyaan yang diajukan. Penelitian ini memakai tiga jenis skala, yakni skala konformitas teman sebaya, skala gaya hidup hedonis, dan skala perilaku konsumtif.

1. Skala Perilaku Konsumtif

Konteks dimensi perilaku konsumtif, riset yang dilakukan telah mengadaptasi skala yang dikembangkan oleh Anggraini (2019), yang merujuk pada elemen-elemen perilaku konsumtif menurut konsepsi Fromm (Ripki, 2017), mencakup aspek pembelian impulsif, pemborosan, dan pembelian yang tidak rasional. Instrumen ini terdiri dari 30 item dengan tingkat keterandalan yang cukup tinggi, mencapai 0,957.

Lingkup penelitian ini, terdapat sebuah skala yang dibentuk dengan empat opsi respons, yakni Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Masing-masing opsi tersebut merangkum kategori jawaban yang dapat diberikan terhadap aitem-aitem yang bersifat menguntungkan (*favorable*) maupun yang tidak menguntungkan (*unfavorable*). Skema skoring yang digunakan untuk aitem favorabel adalah 4

untuk SS, 3 untuk S, 2 untuk TS, dan 1 untuk STS, sementara untuk aitem yang tidak menguntungkan, skema skoringnya adalah 1 untuk SS, 2 untuk S, 3 untuk TS, dan 4 untuk STS. Berikut merupakan *blueprint* dari skala perilaku konsumtif :

Tabel 2. *Blueprint* Skala Perilaku Konsumtif

| No | Aspek | Jumlah Aitem | | Total |
|----|---|------------------|--------------------|-----------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1. | Pembelian impulsif (<i>impulsive buying</i>) | 5 | 5 | 10 |
| 2. | Pemborosan (<i>wasteful buying</i>) | 5 | 5 | 10 |
| 3. | Pembelian tidak rasional (<i>non rational buying</i>). | 5 | 5 | 10 |
| | Total | 15 | 15 | 30 |

2. Skala Konformitas Teman Sebaya

Untuk mengevaluasi tingkat konformitas di antara teman sebaya, peneliti telah mengadaptasi alat ukur yang dipersiapkan oleh Ningsih (2022), fokus pada dimensi ketaatan, kesepakatan, dan kekompakan sesuai dengan paradigma yang disajikan oleh Taylor, Peplau, & Sears (2009). Alat ukur ini terdiri dari 34 pernyataan dengan reliabilitas yang diperkirakan sebesar 0,898. Berikut merupakan *blueprint* dari skala konformitas teman sebaya :

Tabel 3. *Blueprint* Skala Konformitas Teman Sebaya

| No | Aspek | Jumlah Aitem | | Total |
|----|--------------|------------------|--------------------|-----------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1. | Ketaatan | 9 | 9 | 18 |
| 2. | Kesepakatan | 5 | 5 | 10 |
| 3. | Kekompakan | 3 | 3 | 6 |
| | Total | 17 | 17 | 34 |

3. Skala Gaya Hidup Hedonis

Peneliti mempergunakan skala gaya hidup hedonis yang telah dikembangkan oleh Hamdan (2022), yang terdiri dari 28 pertanyaan yang mengukur berbagai aspek gaya hidup hedonis, seperti aktivitas, minat, dan opini konsumen terhadap penggunaan waktu, preferensi lingkungan, serta persepsi terhadap diri sendiri dan dunia sekitarnya. Skala ini didasarkan pada

kerangka konseptual yang diperkenalkan oleh Wells dan Tigert (Azzahra, 2024). Hasil analisis reliabilitas menunjukkan nilai yang sangat tinggi, yaitu 0,961, menegaskan keandalan instrumen pengukuran tersebut. Berikut merupakan *blue print* dari skala gaya hidup hedonis :

Tabel 4. *Blueprint* Skala Gaya Hidup Hedonis

| No | Aspek | Jumlah Aitem | | Total |
|----|--------------|------------------|--------------------|-----------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1. | Aktivitas | 6 | 6 | 12 |
| 2. | Minat | 4 | 4 | 8 |
| 3. | Opini | 4 | 4 | 8 |
| | Total | 14 | 14 | 28 |

E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem, dan Estimasi Reliabilitas

1. Validitas

Validitas, yang berakar dari kata "*validity*", merujuk pada sejauh mana sebuah instrumen pengukur dapat diandalkan dalam mengukur dimensi yang dimaksud (Azwar, 2012). Dalam kerangka penelitian ini, validitas mencerminkan tingkat kecocokan antara instrumen pengukur dengan aspek yang sebenarnya diukur. Apabila sebuah tes mampu memenuhi tujuan pengukurannya dengan tepat dan akurat, maka tes tersebut dinyatakan valid (Azwar, 2012). Sebaliknya, jika hasil pengukuran tidak sesuai dengan inti dari pengukuran yang dimaksud, maka tes tersebut dianggap tidak valid (Azwar, 2012).

Metode evaluasi keabsahan yang diimplementasikan dalam penelitian ini mengacu pada validitas isi. Validitas isi merujuk pada pengujian substansi dan kesesuaian isi suatu item yang menggambarkan indikator dari dimensi yang akan dievaluasi melalui penguraian yang dilakukan oleh penilaian ahli. Penilaian ahli dalam konteks penelitian ini disandarkan pada dosen pembimbing skripsi.

2. Uji Daya Beda Aitem

Pengujian keefektifan perbedaan (daya diskriminasi item) mencerminkan kapasitas suatu item dalam mengidentifikasi perbedaan antara individu atau kelompok individu yang memiliki sifat yang diukur dan

individu yang tidak (Azwar, 2012). Analisis daya diskriminasi item bertujuan untuk menilai kemampuan suatu item dalam membedakan individu atau kelompok individu yang mempunyai atribut yang dimaksud dan yang tidak. Penetapan batasan seleksi aitem berdasarkan korelasi total item biasanya mempergunakan ambang $r_{ix} \geq 0,30$. Akan tetapi, dalam situasi di mana ada sejumlah aspek yang itemnya tidak memenuhi standar tersebut, ambang batas dapat diturunkan menjadi $\geq 0,25$ (Azwar, 2012). Prosedur pengujian daya diskriminasi item dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25.0.

3. Reliabilitas Alat Ukur

Suryabrata (2004) mengatakan bahwa reliabilitas mencerminkan sejauh mana konsistensi data yang dihasilkan oleh alat pengukur. Validitas pengukuran tercermin dalam kestabilan dan keseragaman hasil yang diperoleh. Sebaliknya, Azwar (2012) mengemukakan bahwa reliabilitas mengacu pada kepercayaan terhadap hasil pengukuran, yang terbukti melalui konsistensi dalam berbagai tes terhadap subjek yang sama. Dengan demikian, kuesioner dianggap memiliki reliabilitas yang baik jika tanggapan individu terhadap pernyataan tetap konsisten dari waktu ke waktu.

Kredibilitas evaluasi merujuk pada stabilitas, konsistensi, kemampuan prediksi, dan ketepatan pengukuran. Tingkat keandalan yang optimal menunjukkan bahwa data yang dihasilkan dapat diandalkan. Koefisien keandalan bervariasi dari 0.00 hingga 1.00, dengan kepercayaan yang lebih tinggi terlihat ketika nilai r_{xx} mendekati 1.00 (Azwar, 2012). Uji keandalan instrumen dilakukan menggunakan rumus Alpha Cronbach melalui bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) versi 25.0. Instrumen penelitian ini memanfaatkan skala konformitas teman sebaya, skala gaya hidup hedonis, dan skala perilaku konsumtif.

F. Teknik Analisis Data

Proses analisis data merupakan suatu prosedur kompleks yang melibatkan pengorganisasian dataset berdasarkan variabel-variabel yang relevan serta atribut-

atribut yang dimiliki oleh responden, penyusunan matriks data yang mencakup seluruh parameter dari seluruh responden, ekstraksi dan presentasi data yang terperinci untuk setiap variabel yang sedang diselidiki, penerapan teknik-teknik kalkulasi guna merumuskan jawaban atas pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan secara spesifik, dan pengujian validitas hipotesis yang terungkap melalui penerapan metode kalkulasi yang tepat (Azwar, 2012). Dalam ranah penelitian ini, penelaahan data dijalankan dengan menerapkan model regresi berganda untuk menguji kesahihan hipotesis pertama, sementara korelasi parsial diterapkan untuk menguji hipotesis kedua dan ketiga. Metodologi analisis data dilaksanakan melalui pemanfaatan perangkat lunak SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) dalam versi 25.0 sebagai penunjang utama dalam proses tersebut.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kanchah dan Pelaksanaan Penelitian

1. Orientasi Kanchah Penelitian

Tahap orientasi penelitian yakni fase inisiasi dalam pelaksanaan studi yang bertujuan untuk mempersiapkan berbagai aspek terkait. Proses persiapan ini dimulai dengan observasi lapangan di Kelurahan Growong Lor, Kecamatan Juwana.

Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap hubungan antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Responden yang menjadi fokus penelitian adalah wanita dewasa awal yang berdomisili di Kelurahan Growong Lor, Kecamatan Juwana, dengan kisaran usia antara 20 hingga 40 tahun. Kelurahan tersebut terdiri dari 3 RW dan 8 RT. Terletak di Kecamatan Juwana, Kelurahan Growong Lor menjadi pusat penelitian yang memadai bagi tujuan analisis ini.

Kecamatan Juwana, suatu lokasi geografis yang berada di bagian pesisir utara Pulau Jawa, terletak strategis di jalur pantura yang menghubungkan Kota Pati dan Kota Rembang. Wilayah ini merupakan bagian integral dari Kabupaten Pati, Jawa Tengah, dengan komposisi yang terdiri dari 29 desa yang tersebar dalam 87 RT dan 62 RW. Dalam dimensi spasialnya, Juwana berjarak sekitar 12 km dari Pati, pusat pemerintahan Kabupaten Pati, serta sekitar 87 km dari Semarang, pusat administratif Provinsi Jawa Tengah.

Berikut adalah alasan peneliti memilih subjek penelitian dengan beberapa pertimbangan, yakni:

- a. Penelitian tentang perilaku konsumtif belum pernah dilakukan pada wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor.
- b. Subjek dengan wanita dewasa awal jarang diteliti pada penelitian sebelumnya.
- c. Terdapat kesesuaian antara topik penelitian yang akan diteliti dengan

permasalahan yang terjadi di lapangan.

- d. Jumlah subjek memenuhi syarat penelitian kuantitatif.

Berdasarkan beberapa alasan pemilihan tempat penelitian diatas, maka peneliti memilih menjalankan penelitian di Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana selaras pada syarat yang sudah disepakati oleh pihak balai desa.

2. **Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian**

Persiapan penelitian dilakukan dengan tujuan memastikan setiap tahapan penelitian dapat berjalan dengan lancar, sehingga dapat mengurangi kemungkinan kesalahan yang dapat menghambat proses penelitian dan memastikan hasil yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan. Terdapat beberapa langkah persiapan yang dilakukan oleh peneliti sebelum memulai penelitian, di antaranya:

a. **Persiapan Perizinan**

Pengurusan izin adalah elemen krusial dalam pelaksanaan penelitian guna memastikan kesesuaian dengan prosedur penelitian yang telah ditetapkan. Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung secara resmi mengeluarkan surat izin dengan nomor 627/C.1/Psi-SA/II/2024, yang ditujukan kepada Kepala Desa Growong Lor. Surat ini mendukung berbagai keperluan penelitian seperti mendapatkan izin lokasi, pelaksanaan observasi dan wawancara, penyebaran kuesioner, serta pengumpulan data dan dokumentasi.

b. **Penyusunan Alat Ukur**

Penelitian yang bersifat kuantitatif, skala berperan sebagai perangkat pengukuran yang diadopsi untuk menghimpun data penelitian. Proses pengembangan skala ini melibatkan pertimbangan terhadap berbagai dimensi yang menggambarkan masing-masing variabel, dengan mengacu pada penunjuk perilaku yang dapat diidentifikasi, sehingga responden dapat memberikan tanggapan yang tepat sesuai dengan situasi individu. Terdapat tiga jenis skala yang ditelaah dalam penelitian ini, yakni skala konsumsi, skala penyesuaian dengan teman sebaya, dan skala

gaya hidup hedonis. Berikut penjelasan mengenai dua dari tiga skala yang dipakai penelitian ini:

1) Skala Perilaku Konsumtif

Penyiapan alat pengukuran perilaku konsumtif, elemen-elemen yang teridentifikasi oleh Fromm (Ripki, 2017) dan diperbaharui oleh Anggraini (2019) menjadi acuan. Elemen-elemen ini mencakup pembelian yang dilakukan tanpa pertimbangan, penggunaan sumber daya secara berlebihan, dan keputusan pembelian yang tidak didasarkan pada pertimbangan rasional. Alat pengukuran ini disusun dalam format 30 pernyataan, terdiri dari 15 pernyataan yang mendukung perilaku konsumtif dan 15 pernyataan yang menentangnya, serta menunjukkan kehandalan yang tinggi sebesar 0,957. Alat pengukuran ini memberikan empat opsi jawaban: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Skor untuk pernyataan yang mendukung perilaku konsumtif diberikan dengan urutan: 2=TS, 4=SS, 1=STS, dan 3=S. Sementara untuk pernyataan yang menentang perilaku konsumtif, urutannya adalah 2=S, 1=SS, 4=STS, dan 3=TS. Berikut ini adalah distribusi aitem pada skala perilaku konsumtif tersebut:

Tabel 5. Sebaran Distribusi Aitem Skala Perilaku Konsumtif

| No | Aspek | Jumlah Aitem | | Total |
|----|---|-----------------------|-----------------------|-------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1. | Pembelian impulsif (<i>impulsive buying</i>) | 1, 2, 3, 8, 9, | 4, 5, 6, 7, 10 | 10 |
| 2. | Pemborosan (<i>wasteful buying</i>) | 23, 24, 25, 28, 29 | 21, 22, 26, 27, 30 | 10 |
| 3. | Pembelian tidak rasional (<i>non rational buying</i>). | 11, 12, 16, 17,18 | 13, 14, 15, 19, 20 | 10 |
| | Total | 15 | 15 | 30 |

2) Skala Konformitas Teman Sebaya

Pengembangan skala konformitas teman sebaya merupakan upaya untuk mengidentifikasi dan mengukur tingkat ketaatan, kesepakatan, dan kekompakan dalam interaksi sosial remaja, sebagaimana diuraikan oleh (Taylor, Peplau, dan Sears, 2009), dengan modifikasi menggunakan skala yang dikembangkan oleh (Ningsih, 2022). Skala ini terdiri dari 34 pernyataan yang dibagi menjadi dua belas pernyataan positif dan dua belas pernyataan negatif, yang masing-masing merujuk pada aspek-aspek yang berbeda dari konformitas. Dengan reliabilitas yang tinggi sebesar 0,961. Berikut ini adalah distribusi item pada skala konformitas teman sebaya:

Tabel 6. Sebaran Distribusi Aitem Skala Konformitas Teman Sebaya

| No | Aspek | Jumlah Aitem | | Total |
|----|--------------|-------------------------------|--------------------------------|-------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1. | Ketaatan | 1, 3, 5, 7, 9, 11, 13, 15, 19 | 2, 4, 6, 8, 10, 12, 14, 18, 20 | 18 |
| 2. | Kesepakatan | 17,21,23,25,31 | 16,22,24,26,30 | 10 |
| 3. | Kekompakan | 27,29,33 | 28,32,34 | 6 |
| | Total | 17 | 17 | 34 |

3) Skala Gaya Hidup Hedonis

Penelitian ini menggambarkan proses penyusunan skala hedonisme yang merujuk pada kerangka kerja yang telah diidentifikasi oleh Wells & Tigert (Azzahra, 2024) serta mengadopsi pendekatan dari Hamdan (2022). Konstruksi gaya hidup hedonis dikonseptualisasikan melalui tiga dimensi kunci: minat, aktivitas, dan pandangan. Instrumen pengukuran yang terdiri dari 28 pernyataan dibagi secara proporsional antara yang menggambarkan sifat menguntungkan dan merugikan, dengan reliabilitas yang tinggi mencapai 0,922. Partisipan diminta untuk memberikan respons individu dalam empat kategori: Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S),

Tidak Sesuai (TS), dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Berikut adalah distribusi item dalam skala gaya hidup hedonis:

Tabel 7. Sebaran Distribusi Aitem Skala Gaya Hidup Hedonis

| No | Aspek | Jumlah Aitem | | Total |
|----|--------------|------------------|--------------------|-------|
| | | <i>Favorable</i> | <i>Unfavorable</i> | |
| 1. | Aktivitas | 1,2,13,14,21,25 | 3,11,12,15,22,23 | 12 |
| 2. | Minat | 5,9,10,20 | 4,16,17,26 | 8 |
| 3. | Opini | 6,7,18,28 | 8,19,24,27 | 8 |
| | Total | 14 | 14 | 28 |

c. Uji Coba Alat Ukur

Tujuan dari pelaksanaan uji coba instrumen pengukuran yakni untuk menilai kemampuan tiap item, baik yang kurang maupun yang sangat menguntungkan, dalam membedakan respon. Uji coba ini juga berfungsi untuk mengevaluasi reliabilitas skala yang diterapkan dalam penelitian, memastikan konsistensi dan keakuratan data yang diperoleh. Pada tanggal 8 Mei 2024 peneliti melakukan uji coba alat ukur pada wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana dalam rangka memperdalam pemahaman kami terhadap kajian ini, kami mengundang para responden yang terdiri dari 68 wanita dewasa awal yang bermukim di Kelurahan Growong, Kecamatan Juwana. Peneliti menyebarkan instrumen penelitian dalam bentuk *Google Form* yang telah disiapkan secara seksama. Terlampir link formulir yang digunakan: <https://forms.gle/TX4cvfUzpNi3tjuPA>. Setelah pengumpulan data, peneliti akan menyajikan tabel rincian subjek uji coba alat ukur untuk referensi bersama:

Tabel 8. Data Subjek Uji Coba Alat Ukur

| No | RW | RT | Jumlah Yang Mengisi |
|--------------|------|----|---------------------|
| 1. | | 1 | 11 |
| 2. | | 2 | 12 |
| 3. | RW 2 | 3 | 12 |
| 4. | | 4 | 11 |
| 5. | | 5 | 12 |
| 6. | | 6 | 10 |
| Total | | | 68 |

d. Uji Daya Beda Aitem dan Reliabilitas Alat Ukur

Peneliti telah menilai tiap item sesuai dengan metodologi *skoring* skala yang telah ditetapkan. Tahap berikutnya melibatkan uji daya beda item serta perhitungan reliabilitas untuk tiga skala yang diteliti: perilaku konsumtif, konformitas teman sebaya, dan gaya hidup hedonis. Uji ini bertujuan untuk mengevaluasi kemampuan setiap item dalam membedakan individu atau kelompok individu yang memiliki atribut yang akan diukur dari yang tidak. Hasil analisis uji daya beda item untuk setiap skala yaitu:

1) Skala Perilaku Konsumtif

Berdasarkan analisis uji daya beda aitem terhadap 68 wanita dewasa awal yang berasal dari Kelurahan Growong Lor, data menunjukkan bahwa dari total 30 aitem dalam skala perilaku konsumtif, 19 di antaranya menunjukkan daya beda yang signifikan, sementara 11 lainnya memiliki daya beda yang rendah. Dalam kerangka penelitian ini, kriteria yang digunakan untuk mengevaluasi daya beda adalah nilai r_{ix} yang setara atau lebih besar dari 0,25. Secara spesifik, indeks daya beda untuk aitem yang memiliki daya beda tinggi sekitar antara 0,299 hingga 0,676 dan aitem daya beda rendah sekitar antara -0,170 hingga 0,125. Hasil estimasi reliabilitas menggunakan *Alpha Cronbach* menunjukkan angka 0,876 dari 19 aitem, mencerminkan tingkat konsistensi yang baik dalam mengukur perilaku konsumtif. Setelah dilakukan uji coba, distribusi aitem telah mengalami penyesuaian yang signifikan sebagaimana berikut:

Tabel 9. Sebaran Distribusi Aitem Skala Perilaku Konsumtif

| Aspek | Jumlah Aitem | | Fav | | Unfav | | Total |
|--|--------------|-------|-----|-----|-------|-----|-----------|
| | Fav | Unfav | DBT | DBR | DBT | DBR | |
| Pembelian impulsif (<i>impulsive buying</i>) | 5 | 5 | 5 | - | 1 | 4 | 16 |
| Pemborosan (<i>wasteful buying</i>) | 5 | 5 | 5 | - | 2 | 3 | 7 |
| Pembelian tidak rasional (<i>non rational buying</i>). | 5 | 5 | 5 | - | 1 | 4 | 6 |
| Total | | | | | | | 19 |

Keterangan* : DBT (Daya Bada Tinggi)
DBR (Daya Bada Rendah)

2) Skala Konformitas Teman Sebaya

Konteks evaluasi skala konformitas teman sebaya, studi kami pada 68 wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor menunjukkan bahwa terdapat variasi signifikan dalam daya beda aitem. Dari total 34 aitem, 13 di antaranya tingkat daya beda yang tinggi dan 21 lainnya tingkat daya beda yang rendah. Nilai indeks daya beda aitem tinggi sekitar antara 0,252 sampai 0,437 dan untuk aitem dengan daya beda rendah sekitar antara -0,179 hingga 0,239. Lebih lanjut, reliabilitas skala, diukur melalui metode *Alpha Cronbach*, menunjukkan angka yang memuaskan sebesar 0,701, mencerminkan konsistensi internal dari 13 aitem yang dinilai.

Tabel 10. Sebaran Distribusi Aitem Skala Konformitas Teman Sebaya

| Aspek | Jumlah Aitem | | Fav | | Unfav | | Total |
|--------------|--------------|-------|-----|-----|-------|-----|-----------|
| | Fav | Unfav | DBT | DBR | DBT | DBR | |
| Ketaatan | 9 | 9 | 4 | 5 | 2 | 2 | 6 |
| Kesepakatan | 5 | 5 | 3 | 2 | 1 | 1 | 4 |
| Kekompakan | 3 | 3 | 1 | 2 | 2 | 2 | 3 |
| Total | | | | | | | 13 |

Keterangan* : DBT (Daya Bada Tinggi)
DBR (Daya Bada Rendah)

3) Skala Gaya Hidup Hedonis

Berlandaskan pengujian daya beda aitem terhadap 68 wanita dewasa awal yang tinggal di Kelurahan Growong Lor, hasilnya menunjukkan variasi yang signifikan dalam skala gaya hidup hedonis yang terdiri dari 28 aitem. Dari 28 aitem tersebut, 19 di antaranya menunjukkan daya beda yang tinggi, sementara 9 aitem lainnya memiliki daya beda yang rendah. Penelitian ini menggunakan kriteria batas $r_{ix} \geq 0,30$ sebagai panduan. Aitem dengan daya beda tinggi memiliki indeks yang berkisar antara 0,253 hingga 0,566, sedangkan untuk aitem dengan daya beda rendah memiliki indeks antara -0,186 hingga 0,248. Estimasi reliabilitas skala gaya hidup hedonis menggunakan Alpha Cronbach mencapai 0,775 dari 19 aitem. Ini menunjukkan bahwa setelah uji coba, sebaran aitem pada skala tersebut adalah:

Tabel 11. Sebaran Distribusi Aitem Skala Gaya Hidup Hedonis

| Aspek | Jumlah Aitem | | Fav | | Unfav | | Total |
|--------------|--------------|-------|-----|-----|-------|-----|-----------|
| | Fav | Unfav | DBT | DBR | DBT | DBR | |
| Aktivitas | 6 | 6 | 6 | - | 2 | 4 | 8 |
| Minat | 2 | 4 | 2 | 2 | 3 | 1 | 5 |
| Opini | 2 | 4 | 2 | 2 | 4 | - | 6 |
| Total | | | | | | | 19 |

Keterangan* : DBT (Daya Beda Tinggi)
DBR (Daya Beda Rendah)

B. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini berlangsung pada periode antara tanggal 10 hingga 13 Mei 2024. Fokus penelitian ditujukan kepada wanita dewasa awal berusia 20-40 tahun yang tinggal di Kelurahan Growong Lor. Metode pengambilan sampel yang dipakai adalah *cluster random sampling*, dengan total partisipan sebanyak 145 individu. Penyebaran instrumen penelitian dilakukan secara digital melalui formulir *Google* yang disebarakan melalui kanal *WhatsApp* grup dan pesan langsung kepada responden. Berikut adalah tautan formulir *Google* yang dipergunakan dalam penelitian: <https://forms.gle/ECLLD9Fju2m3wTVL8>. Data

subjek penelitian dan demografi subjek penelitian dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 12. Data Responden Penelitian

| No | RW | RT | Jumlah Yang Mengisi |
|--------------|------|----|---------------------|
| 1. | | 1 | 9 |
| 2. | | 2 | 13 |
| 3. | | 3 | 11 |
| 4. | RW 1 | 4 | 10 |
| 5. | | 5 | 9 |
| 6. | | 6 | 9 |
| 7. | | 7 | 10 |
| 8. | | 1 | 10 |
| 9. | | 2 | 9 |
| 10. | RW 3 | 3 | 11 |
| 11. | | 4 | 12 |
| 12. | | 5 | 9 |
| 13. | | 6 | 8 |
| 14. | | 7 | 10 |
| 15. | | 8 | 6 |
| Total | | | 145 |

Tabel 13. Demografi Subjek Penelitian

| No. | Karakteristik | Jumlah | Presentase | Total |
|-----|---------------|--------|------------|-------|
| 1. | RW | | | |
| | RW 1 | 75 | 49,6% | 145 |
| | RW 3 | 70 | 48,2% | |
| 2. | Usia | | | |
| | 20-25 | 13 | 8,9% | 145 |
| | 26-30 | 69 | 47,5% | |
| | 31-35 | 34 | 23,4% | |
| | 35-40 | 21 | 14,4% | |

C. Analisis Data dan Hasil Penelitian

1. Uji Asumsi

Mengamati prasyarat adalah tahap pendahuluan yang mendasar sebelum menyelidiki analisis data dalam konteks penelitian ilmiah. Proses pengamatan prasyarat mencakup pengujian normalitas, linieritas, serta multikolinieritas. Hasil pengujian prasyarat mengekspos fondasi yang

mendukung ketelitian dan keakuratan dalam pemahaman statistik yang terperinci:

a. Uji Normalitas

Analisis kecenderungan distribusi data dalam penelitian bisa dilakukan melalui pengujian normalitas. Proses ini tujuannya menilai apakah data mengikuti pola distribusi normal atau tidak. Metode yang diterapkan adalah teknik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Z*, yang dijalankan memakai perangkat lunak SPSS versi 25.0. Sebuah kesimpulan mengenai normalitas dapat diambil berdasarkan nilai signifikansi, di mana nilai yang setidaknya sama dengan 0,05 menandakan bahwa data dapat dikategorikan sebagai memiliki distribusi normal. Hasil pengujian normalitas dalam konteks penelitian ini, sebagaimana ditampilkan dalam tabel berikut:

Tabel 14. Hasil Uji Normalitas

| Variabel | Mean | Std Deviasi | Ks-Z | Sig. | P | Ket. |
|--------------------------|-------|----------------|-------|-------|-------|--------|
| Perilaku Konsumtif | 53,92 | 9,282 | 0,088 | 0,200 | >0,05 | Normal |
| Konformitas Teman Sebaya | 36,97 | 5,791 | 0,097 | 0,122 | >0,05 | Normal |
| Gaya Hidup Hedonis | 51,41 | 8,182 | 0,044 | 0,930 | >0,05 | Normal |

b. Uji Linieritas

Analisis linearitas sangat penting untuk menentukan apakah terdapat korelasi antara variabel independen dan dependen. Penelitian ini memakai uji Flinier dalam menilai linearitas. Suatu variabel dianggap linear jika tingkat signifikansi $\leq 0,05$. Hasil uji linearitas terhadap variabel konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif menyatakan jika nilai Flinier sekitar 23,229 dengan tingkat signifikansi $p=0,000$ ($p \leq 0,05$), mengindikasikan adanya hubungan linear antara kedua variabel tersebut. Demikian pula, hasil uji linearitas untuk variabel gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif menyatakan jika nilai Flinier sekitar 180,910 dengan tingkat signifikansi $p=0,000$ ($p \leq 0,05$), yang

mengindikasikan adanya hubungan linear yang signifikan antara kedua variabel tersebut.

c. Uji Multikolinearitas

Evaluasi multikolinearitas adalah metode yang penting untuk menentukan ada tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel-variabel independen dalam sebuah model regresi. Dalam penelitian ini, analisis multikolinearitas dilaksanakan lewat teknik regresi dengan memperhatikan skor *Variance Inflation Factor* (VIF). Hasil yang menunjukkan nilai VIF di bawah 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 mengindikasikan bahwa tidak terdapat multikolinearitas di antara variabel-variabel independen yang dianalisis.

Berdasarkan analisis uji multikolinieritas, ditemukan bahwa skor VIF mencapai 1,177, menandakan bahwa nilai tersebut berada di bawah ambang batas yang ditetapkan (<10), sedangkan skor *tolerance* mencapai 0,850, yang berada di atas nilai ambang batas yang ditetapkan ($>0,1$). Hasil ini menegaskan jika konteks penelitian ini, tidak ada indikasi multikolinieritas yang signifikan di antara variabel independen yang diteliti.

2. Uji Hipotesis

a. Hipotesis Pertama

Studi ini, hipotesis diuji melalui memakai analisis regresi berganda, yang merupakan teknik untuk menilai apakah terdapat hubungan antara tiga variabel, yaitu dua variabel independen dan satu variabel dependen. Hasil analisis mengindikasikan adanya hubungan yang signifikan antara tingkat konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor. Nilai koefisien determinasi (R) yang diperoleh sekitar 0,753 dan nilai Fhitung sekitar 92,909 dengan tingkat signifikansi 0,000 ($p < 0,01$), menegaskan keberadaan hubungan tersebut. Koefisien prediktor untuk konformitas teman sebaya adalah 0,159, sementara untuk gaya hidup hedonis adalah 0,804, dengan sebuah konstanta sebesar

6,714. Oleh karena itu, persamaan regresi dapat dirumuskan sebagai $Y = 0,159 + X_1 0,804 + X_2 6,714$. Hal ini menyiratkan bahwa perubahan pada konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis akan mempengaruhi perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal, dengan perubahan sebesar 0,159 dan 0,804 masing-masing, ketika variabel lainnya tetap konstan.

b. Hipotesis Kedua

Penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi parsial untuk memahami hubungan antara variabel dependen dan variabel independen dengan mengendalikan variabel-variabel yang berhubungan. Hasil analisis menyatakan jika koefisien korelasi parsial (r_{x_1y}) antara tingkat konformitas terhadap teman sebaya dan perilaku konsumtif adalah sekitar 0,137 dengan tingkat signifikansi 0,101 ($p \geq 0,05$), yang menolak hipotesis kedua. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara tingkat konformitas terhadap teman sebaya dan perilaku konsumtif pada kelompok wanita dewasa awal.

c. Hipotesis Ketiga

Dalam penelitian ini, hipotesis ketiga diuji memakai metode uji korelasi parsial. Hasil analisis memperoleh korelasi signifikan antara gaya hidup hedonis dan perilaku konsumtif pada kelompok wanita dewasa awal, yang ditunjukkan oleh koefisien korelasi parsial (r_{x_2y}) sekitar 0,705 dan nilai signifikansi yang sangat rendah ($p \leq 0,05$). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga diterima.

D. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi data penelitian berfungsi sebagai instrumen guna mengidentifikasi pola skor subjek berdasarkan pengukuran yang telah dilakukan, serta memainkan peran penting dalam menggambarkan kondisi subjek terhadap atribut yang sedang diselidiki. Pengelompokan subjek dilakukan berdasarkan model distribusi normal, yang memungkinkan pengklasifikasian subjek ke dalam

kelompok-kelompok terstruktur sesuai dengan variabel yang diteliti. Berikut norma kategorisasi yang digunakan :

Tabel 15. Norma Kategorisasi

| Rentang Skor | Kategorisasi |
|--|---------------|
| $\mu + 1,5 \sigma < X$ | Sangat Tinggi |
| $\mu + 0,5 \sigma < X \leq \mu + 1,5 \sigma$ | Tinggi |
| $\mu - 0,5 \sigma < X \leq \mu + 0,5 \sigma$ | Sedang |
| $\mu - 1,5 \sigma < X \leq \mu + 0,5 \sigma$ | Rendah |
| $X \leq \mu - 1,5 \sigma$ | Sangat Rendah |

Keterangan: μ = Mean hipotetik; σ = Standart deviasi hipotetik

1. Deskripsi Data Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif terdiri dari 19 aspek yang dinilai dalam kisaran skor 1 hingga 4. Partisipan yang memperoleh skor minimum akan mencatatkan nilai 19 (19×1), sementara nilai maksimumnya adalah 76 (19×4). Rentang skor yang mungkin tercapai adalah 57 ($76 - 19$). Standar deviasi dihitung dengan membagi selisih antara skor maksimum dan minimum dengan 5, menghasilkan 11,4. Skor mean hipotetis diperkirakan sebesar 47,5, dihitung dengan menjumlahkan skor maksimum dan minimum, kemudian dibagi 2. Analisis terhadap skor skala perilaku konsumtif menunjukkan bahwa skor empiris minimumnya adalah 26, sementara skor maksimumnya adalah 70, dengan rata-rata skor empiris sebesar 53,92 dan standar deviasi empiris sebesar 9,282.

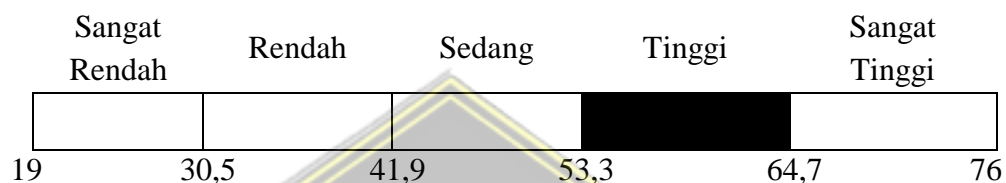
Tabel 16. Deskripsi Skor Skala Perilaku Konsumtif

| | Empirik | Hipotetik |
|----------------------|---------|-----------|
| Skor Minimum | 26 | 19 |
| Skor Maksimum | 70 | 76 |
| Mean (M) | 53,92 | 47,5 |
| Standar Deviasi (SD) | 9,282 | 11,4 |

Tabel 17. Kategorisasi Skor Subjek Skala Perilaku Konsumtif

| Norma | Kategorisasi | Jumlah | Presentase |
|----------------------|---------------|------------|-------------|
| $64,7 < 76$ | Sangat Tinggi | 21 | 14% |
| $53,3 < x \leq 64,6$ | Tinggi | 59 | 41% |
| $41,9 < x \leq 53,2$ | Sedang | 51 | 35% |
| $30,5 < x \leq 41,8$ | Rendah | 11 | 8% |
| $19 < 30,4$ | Sangat Rendah | 3 | 2% |
| | Total | 145 | 100% |

Dilihat dari tabel diatas bahwa kategori sangat tinggi berjumlah 21 wanita dewasa awal (14%), kategori tinggi berjumlah 59 individu (41%), kategori sedang berjumlah 51 individu (35%), kategori rendah berjumlah 11 individu (8%), dan kategori sangat rendah berjumlah 3 individu (2%). Artinya, sebagian besar wanita dewasa awal dalam penelitian ini memiliki nilai rata-rata dalam kategori tinggi. Berikut terdapat gambar norma kategorisasi perilaku konsumtif:



Gambar 1. Norma Kategorisasi Skala Perilaku Konsumtif

2. Deskripsi Data Konformitas Teman Sebaya

Skala konformitas teman sebaya terdiri dari 13 item yang memiliki daya beda tinggi, dengan setiap item dinilai dalam rentang skor 1 hingga 4. Skor minimum yang dapat diperoleh subjek pada skala ini adalah 13 (13×1), sedangkan skor maksimum adalah 52 (13×4). Rentang skor skala ini adalah 39 ($52 - 13$) dengan nilai standar deviasi teoritis 7,8 ($((52 - 13) : 5)$). Rata-rata hipotetik dari skala ini adalah 32,5 yang dihitung dari $((52 + 13) : 2)$. Berdasarkan hasil penelitian, deskripsi skor skala konformitas teman sebaya menunjukkan skor minimum empirik sebesar 25, skor maksimum empirik 48, rata-rata empirik 36,97, dan standar deviasi empirik 5,791. Deskripsi skor pada skala konformitas teman sebaya, antara lain :

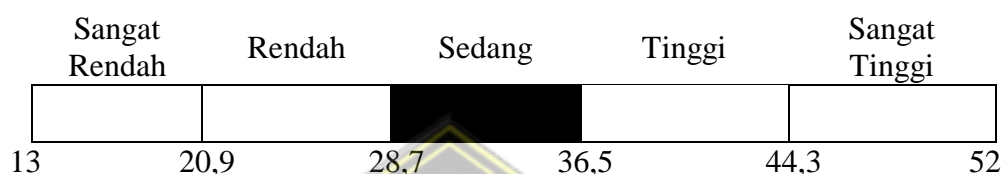
Tabel 18. Deskripsi Skor Skala Konformitas Teman Sebaya

| | Empirik | Hipotetik |
|----------------------|---------|-----------|
| Skor Minimum | 25 | 13 |
| Skor Maksimum | 48 | 52 |
| Mean (M) | 36,97 | 32,5 |
| Standar Deviasi (SD) | 5,791 | 7,8 |

Berikut adalah deskripsi data variabel konformitas teman sebaya dengan norma kategorisasi :

Tabel 19. Kategorisasi Skor Subjek Skala Konformitas Teman Sebaya

| Norma | Kategorisasi | Jumlah | Presentase |
|----------------------|---------------|------------|-------------|
| $44,3 < 52$ | Sangat Tinggi | 17 | 12% |
| $36,5 < x \leq 44,2$ | Tinggi | 55 | 38% |
| $28,7 < x \leq 36,4$ | Sedang | 63 | 43% |
| $20,9 < x \leq 28,6$ | Rendah | 10 | 7% |
| $13 < 20,8$ | Sangat Rendah | 0 | 0% |
| Total | | 145 | 100% |

**Gambar 2. Norma Kategorisasi Skala Konformitas Teman Sebaya**

3. Deskripsi Data Gaya Hidup Hedonis

Pada skala gaya hidup hedonis, 19 item diberi skor dari 1 hingga 4. Seorang peserta dapat memperoleh skor minimum 19 (19×1) dan skor maksimum 76 (19×4), yang menghasilkan rentang skor 57 ($76-19$). Skor rata-rata hipotetis adalah $47,5 ((76 + 19) : 2)$, dan standar deviasi diperoleh dengan membagi selisih skor maksimum dan minimum dengan 5. Dalam analisis empiris, skor minimum adalah 33, maksimum adalah 70, rata-rata adalah 51,41, dan standar deviasi adalah 8,182.

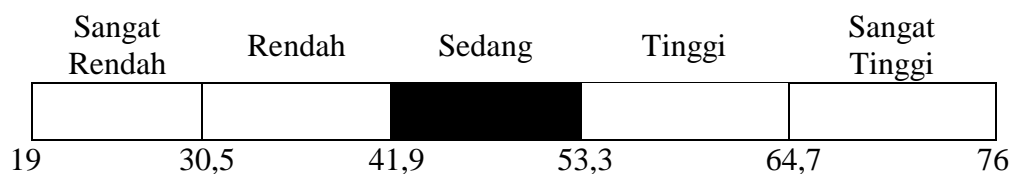
Tabel 20. Deskripsi Skor Skala Gaya Hidup Hedonis

| | Empirik | Hipotetik |
|----------------------|---------|-----------|
| Skor Minimum | 33 | 19 |
| Skor Maksimum | 470 | 76 |
| Mean (M) | 51,41 | 47,5 |
| Standar Deviasi (SD) | 8,182 | 11,4 |

Berikut adalah deskripsi data variabel gaya hidup hedonis dengan norma kategorisasi :

Tabel 21. Kategorisasi Skor Subjek Skala Gaya Hidup Hedonis

| Norma | Kategorisasi | Jumlah | Presentase |
|----------------------|---------------|------------|-------------|
| $64,7 < 76$ | Sangat Tinggi | 12 | 8% |
| $53,3 < x \leq 64,6$ | Tinggi | 44 | 30% |
| $41,9 < x \leq 53,2$ | Sedang | 73 | 50% |
| $30,5 < x \leq 41,8$ | Rendah | 16 | 11% |
| $19 < 30,4$ | Sangat Rendah | 0 | 0% |
| Total | | 145 | 100% |



Gambar 3. Norma Kategorisasi Skala Gaya Hidup Hedonis

E. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan antara tingkat konformitas dengan teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan tingkat perilaku konsumtif di kalangan wanita dewasa awal di Kelurahan Growong Lor, Kecamatan Juwana. Analisis data menunjukkan adanya korelasi positif yang signifikan antara konformitas dengan teman sebaya dan gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada kelompok tersebut ($R = 0,753$, $F_{hitung} = 92,909$, $p = 0,000$, $p < 0,05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat konformitas dengan teman sebaya dan gaya hidup hedonis, semakin tinggi pula tingkat perilaku konsumtif, dan sebaliknya. Variabel konformitas dengan teman sebaya dan gaya hidup hedonis berkontribusi sebesar 56,7% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan 43,3% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain seperti karakter, inspirasi, keluarga, kelas sosial, dan budaya. Penelitian ini menyoroti faktor internal dan eksternal, namun ditemukan bahwa gaya hidup hedonis sebagai faktor internal memiliki kontribusi lebih besar dibandingkan konformitas dengan teman sebaya.

Perilaku konsumtif, sebuah fenomena membeli tanpa henti, terkait erat dengan dorongan untuk memenuhi keinginan daripada kebutuhan esensial (Fitriyani, Widodo, & Fauziah, 2013). Ada beberapa ciri unik dari perilaku ini, seperti pembelian demi *prestise* atau hanya untuk mengikuti tren yang dipromosikan oleh tokoh idola atau lingkungan sosial (Sumartono, 2002). Wanita dewasa awal cenderung membeli barang bukan karena membutuhkan barang itu, melainkan karena alasan lain seperti hanya mengikuti trend fashion, hanya ingin mencoba produk baru, ingin mendapatkan pengakuan sosial, dan lain lain. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menunjukkan keterkaitan

antara konformitas dengan teman sebaya dan gaya hidup hedonis dalam lingkungan kampus. Hal ini tercermin pada perilaku konsumtif mahasiswa psikologi di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penelitian lain yang dilakukan oleh Subagyo & Dwiridotjahjono (2021) menunjukkan Fhitung sebesar $9,286 \geq 2,96$ (F_{tabel}) dengan taraf signifikan 0,000 yang artinya iklan, konformitas, dan gaya hidup hedonis berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap perilaku konsumtif.

Hipotesis kedua menyiratkan adanya korelasi di antara tingkat konformitas teman sebaya dengan kecenderungan perilaku konsumtif. Hasil uji korelasi parsial menunjukkan bahwa koefisien korelasi (r_{x1y}) sebesar 0,159 dengan nilai signifikansi sebesar 0,101 ($p \geq 0,05$). Terdapat juga kontribusi variabel kepatuhan terhadap teman sebaya terhadap perilaku konsumtif, sebesar 3,702%. Namun, hipotesis kedua ini tidak diterima berdasarkan hasil penelitian, yang menandakan tidak adanya hubungan yang signifikan antara tingkat konformitas terhadap teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Hipotesis kedua dinyatakan ditolak dikarenakan data yang dikumpulkan tidak berhasil membuktikan keterkaitan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Disisi lain, di dalam penelitian dibutuhkan sampel yang besar untuk membuktikan adanya hubungan tiga variabel.

Hal ini selaras dengan pernyataan Agung (2020) bahwa sebagian wanita dewasa awal memiliki perilaku anti konsumerisme dimana individu lebih dominan untuk menjalani hidup yang sederhana atau *Life Simplifiers* dengan berfokus untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan dengan jumlah yang disesuaikan pada kebutuhan. Penelitian oleh Adriansyah & Khrishananto menemukan tidak adanya korelasi antara konformitas dan perilaku konsumtif pada generasi Z. Ini sejalan dengan penelitian oleh Maharani (2019) yang juga tidak menemukan hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif dalam pembelian produk perawatan kulit Korea. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulia (2014) yaitu hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada komunitas hijabers dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif

pada komunitas hijabers. Sehingga semakin tinggi konformitas tidak selalu diiringi dengan perilaku konsumtif. Di dalam penelitian ini, variabel konformitas teman sebaya tidak berhubungan dengan perilaku konsumtif. Meskipun begitu, terdapat banyak hasil penelitian lain yang membuktikan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif.

Hipotesis ketiga mengevaluasi adanya hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya keterkaitan yang signifikan dan kuat (koefisien korelasi $r_{xy} = 0,804$, $p < 0,01$), mengindikasikan bahwa gaya hidup hedonis menjelaskan 52,962% variasi dalam perilaku konsumtif. Temuan ini memperkuat hubungan positif yang signifikan antara kedua variabel tersebut; peningkatan dalam gaya hidup hedonis secara substansial berkorelasi dengan peningkatan dalam perilaku konsumtif, dan demikian pula sebaliknya.

Indrawati (2015) gaya hidup hedonis mencerminkan orientasi aktivitas pada pencarian kesenangan hidup, mencakup preferensi untuk menghabiskan waktu di luar, kecenderungan membeli barang-barang mewah untuk memuaskan keinginan, serta keinginan untuk menjadi sorotan. Pertumbuhan industri yang pesat menyediakan akses yang melimpah dan mudah terhadap barang-barang, memicu munculnya pilihan-pilihan yang menggugah hasrat manusia untuk mencoba hal baru, dan akhirnya membentuk gaya hidup hedonis. Beberapa kriteria gaya hidup hedonisme biasanya selalu fokus pada informasi-informasi terbaru, terlebih lagi didukung dengan sistem teknologi informasi dengan jaringan yang lebih luas, membuat individu sibuk bergelut di dunia maya. Gaya hidup tidak hanya mencerminkan sikap dan nilai, tetapi juga menandakan status ekonomi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Haryono (2014), yang menunjukkan adanya korelasi positif antara gaya hidup dan perilaku konsumtif, terutama pada kalangan mahasiswa. Sejalan penelitian Patricia & Handayani (2014) tentang pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif pada pramugari maskapai penerbangan "X." Sebagian besar subjek penelitian memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi. Dimana responden gemar berbelanja barang-barang mewah, barang-barang mahal, membeli barang impor untuk

menjaga status mengenakan pakaian mahal untuk menjaga gengsi, serta senang barang-barang bermerek.

Deskripsi skor skala perilaku konsumtif yang diperoleh wanita dewasa awal berada di kategori tinggi dimana hasil norma kategorisasi sebesar 41% pada 59 individu dan mean hipotetik 47,5 menunjukkan bahwa individu mudah terpengaruh oleh iklan, kurang realistik dalam berbelanja, suka membayangkan hal-hal mewah, dan membeli barang yang tidak sesuai dengan kebutuhan.

Deskripsi skor skala konformitas teman sebaya yang diperoleh wanita dewasa awal berada di kategori sedang dimana hasil norma kategorisasi sebesar 43% pada 63 individu dan mean hipotetik 32,5 menunjukkan bahwa sebagian individu cenderung berperilaku sama agar diterima di dalam kelompok, individu akan menyetujui semua ketentuan yang dianut oleh kelompok, individu akan lebih mementingkan perannya sebagai anggota kelompok daripada mengembangkan pola norma sendiri, dan terkadang individu mengikuti segala hal yang dilakukan oleh kelompok.

Deskripsi skor skala gaya hidup hedonis yang diperoleh wanita dewasa awal berada di kategori sedang dimana hasil norma kategorisasi sebesar 50% pada 73 individu dan mean hipotetik 47,5 menunjukkan bahwa sebagian individu membelanjakan uangnya untuk memuaskan diri, seringkali merasa tidak puas terhadap barang yang dimiliki, terkadang membeli barang dari segi harga bukan kualitas, dan sebagian individu melihat orang lain berdasarkan harta kekayaan.

F. Kelemahan Penelitian

Berdasarkan temuan dari riset yang telah dilaksanakan oleh peneliti, terdapat kelemahan didalamnya yaitu kuesioner menggunakan *platform Google Form*, mengakibatkan peneliti tidak dapat mengawasi proses pengisian langsung oleh responden.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian yang mendalam maka peneliti berhasil memberikam kesimpulan diantaranya:

1. Hipotesis pertama pada penelitian ini diterima artinya ada hubungan positif yang antara konformitas teman sebaya dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada wanita dewasa awal Kelurahan Growong Lor Kecamatan Juwana.
2. Hipotesis kedua ditolak artinya tidak ada hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif.
3. Hipotesis ketiga diterima artinya ada hubungan positif yang signifikan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif. Artinya, semakin tinggi gaya hidup hedonis maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya.

B. Saran

1. Bagi Wanita Dewasa Awal

Bagi wanita dewasa awal, sangat diharapkan untuk tetap melakukan perincian, anggaran atau perhitungan keuangan yang disesuaikan dengan kebutuhannya serta dapat menahan keinginan yang bertujuan untuk mencapai kepuasan semata. Sehingga dalam belanja, produk yang dibeli sesuai dengan catatan kebutuhan. Individu juga diharapkan tetap mengontrol diri agar tidak mudah dipengaruhi oleh lingkungan dalam perilaku konsumtifnya. Ketika mendapat rekomendasi produk dari teman diusahakan untuk mencari informasi yang tepat atau manfaat dari produk tersebut sebelum melakukan pembelian dan tidak mudah tergiur dengan adanya promo, diskon atau yang lainnya

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti berikutnya yang tertarik pada studi perilaku konsumtif, aspek-aspek tambahan seperti harga diri, karakteristik pribadi, persepsi diri, status pekerjaan, stratifikasi sosial, serta variabel lain perlu dipertimbangkan.

Penggunaan teknik purposive sampling dapat diperluas dengan memasukkan kriteria tambahan, seperti frekuensi pembelian online dan offline subjek serta estimasi pengeluaran bulanan individu untuk belanja. Dengan demikian, penelitian dapat menggali lebih dalam tentang dinamika perilaku konsumtif dalam konteks yang lebih banyak, memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang faktor-faktor yang memengaruhinya dan implikasi potensialnya dalam berbagai konteks sosial dan ekonomi.



DAFTAR PUSTAKA

- Aini, Z. N. (2020). Pengaruh e-commerce terhadap perilaku konsumtif masyarakat di Kelurahan Karang Panjang Kota Ambon. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan)*, 4 (2), 226-235.
- Allam, H., & Shoib, S. (2013). A proposed three dimensional hedonic model for intrinsic motivation on social tagging tools. *Proceedings of the 2013 International Conference on Current Trends in Information Technology*, 3 (3), 226-231.
- Anggraini, I. (2019). Pengaruh kontrol diri terhadap perilaku konsumtif online shopping pada wanita usia dewasa awal. *Jurnal Psikologi UIN*, 11 (1), 56-60.
- Anggraini, L., & Daliman. (2023). Hubungan konformitas pergaulan remaja dan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif mahasiswa psikologi universitas muhammadiyah surakarta. *Jurnal Ilmiah Psikologi*, 6 (2), 273-279.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology*, 3 (3), 131-140.
- Arinda, D. (2021). Konformitas dengan gaya hidup hedonisme pada mahasiswa. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9 (3), 528-540.
- Asri, A. (2017). Pengaruh kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babelan. *JPP - Jurnal Penelitian dan Pengukuran Psikologi*, 1 (1), 197-202.
- Astuti, E. D. (2013). Perilaku konsumtif dalam membeli barang pada ibu rumah tangga di kota samarinda. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 1 (2), 145-165.
- Atrizka, D., Saputri, A., Sibarani, L., Sugiharto, A., & Psikologi, F. (2020). Hubungan antara konformitas terhadap intensi membeli online pada mahasiswa universitas HKBP nommensen Medan. *Jurnal Diversita*, 6 (2), 54-65.
- Ayu , D., & Dezianti, N. (2021). Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi*, 5 (2), 151-158.
- Azwar, S. (2003). *Metode penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2010). *Sikap manusia, teori, dan pengukuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas* . Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Azzahra, S. A. (2024). Gambaran gaya hidup hedonisme pada remaja di SMA X Surabaya. *Jurnal Ilmiah dan Karya Mahasiswa*, 2 (2), 182-190.
- Baron, & Byrne, D. (2010). *Psikologi sosial (alih bahasa: Mursalin & Dinastuti)*. Jakarta: Erlangga.
- Bong , M., Jang , Y., & Kim, S.-i. (2015). Conformity of korean adolescents in their perceptions of social relationship and academic motivation. *Learning and Individual Differences*, 5 (2), 41-54.
- Cahya, V. N. (2020). Analisis pengaruh online shop terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa FEB UMPRI. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 2 (4), 268-273.
- Dariyo, A. (2003). *Psikologi perkembangan dewasa muda*. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Deky, N., Sari, Y., Dewi, H. L., Septiarly, Y. L., Program, S., Psikologi, U., & Dhyana, P. (2023). Hubungan social comparison dengan kecenderungan menggunakan eyelash extension pada remaja di kota denpasar. *Jurnal Psikologi Mandala*, 7 (1), 2580-4065.
- Evelina, L. W., & Pebrianti, D. E. (2021). Perilaku konsumtif bandwagon effect followers instagram shopee pada event flash sale. *Warta ISKI*, 4 (2), 99-110.
- Fachruddin , A. (2016). Perilaku konsumtif mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Undiksha. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 3 (3), 5-10.
- Fatmawatie, N. (2022). E-commerce dan perilaku konsumtif. *Jurnal Psikologi Sosial*, 1 (2), 77-85.
- Fazriyanti, W. (2012). Pilihan produk kecantikan bergantung pada usia wanita dewasa awal. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1 (2), 126-133.
- Febrianty, N., & Faizin, M. (2022). Pengaruh gaya hidup, konformitas teman sebaya, dan status sosial ekonomi orang tua terhadap perilaku konsumtif pada generasi z di Kota Madiun. *Jurnal Ekonomi*, 7 (2), 32-149.
- Feralda, M., Hasan, H. A., & Samsuryaningrum, I. P. (2023). The influence of financial attitude, self control, and hedonism style on financial management behavior of student shopee paylater users in Jember district. *Budapest International Research and Critics Institute Journal*, 6 (2), 1169-1182.
- Firmansyah, A. (2018). *Perilaku konsumen (sikap dan pemasaran)*. Bandung: Deepublish.
- Fitriyani, N., & Widodo, P. B. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi UNDIP*, 12 (1), 1-14.
- Fransisca, & Suyasa, P. T. (2005). Perbandingan perilaku konsumtif berdasarkan metode pembayaran. *Jurnal Phronesis*, 7 (2), 172-199.

- Gumulya, J., & Widiastuti, M. (2013). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal Psikologi*, 11 (1), 50-65.
- Hamdan, M. (2022). Hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan kecenderungan gaya hidup hedonisme. *Jurnal Empati*, 6 (4), 195-208.
- Haryani, I. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi. *Jurnal Psikologi*, 11 (1), 71-87.
- Haryono, P. (2014). Hubungan gaya hidup dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja sisa sekolah menengah atas negeri 5. *Psikoborneo*, 2 (4), 268-273.
- Hidayatullah, A. (2021). Pengaruh instagram sebagai media onlineshop terhadap perilaku konsumtif. *Psikologika*, 2 (4), 15-20.
- Hijrianti, U. R., & Fitriani, A. M. (2020). Peran konformitas sebagai mediator hubungan harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Jurnal Mediapsi*, 6 (1), 5-18.
- Hurlock, E. B. (1996). *Psikologi perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Indrawati, E. S. (2015). Kontrol diri dan gaya hidup hedonis pada mahasiswa fakultas ekonomika dan bisnis universitas diponegoro. *Jurnal Empati*, 4 (4), 156-162.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management (15th ed.)*. New York: Pearson Education.
- Krishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2012). Pengaruh intensitas penggunaan media sosial instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan generasi z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9 (2), 1-18.
- Kurniawan, C. (2017). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif ekonomi pada mahasiswa. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 13 (4), 107-118.
- Kusumastuti, A. (2006). Hubungan antara konsep diri dan konformitas dengan kecenderungan gaya hidup hedonis pada remaja klub mobil Trakinaz. *Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 9 (2), 128-139.
- Kusumatriana, A. L., Rozama, N. A., Syakilah, A., Wulandari, V. C., Untari, R., & Sutarsih, T. (2020). *Statistik e-commerce*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Indonesia.
- Lingga, H. (2010). *Hedon gak gaul*. Yogyakarta: Kata Buku.
- Luas, G. N., Irawan, S., & Windrawanto, Y. (2023). Pengaruh konsep diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 13 (1), 1-7.
- Maharani, Y. (2019). Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian skincare korea. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2 (4), 220-230.

- Mangkunegara, A. P. (2005). *Perilaku konsumen*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Martasari, D., & Arisandy, D. (2018). Kohesivitas teman sebaya dalam konformitas pada remaja sekolah. *Jurnal Ilmiah Psyche*, 12 (1), 64-76.
- Maulana, I., Manulang, J. M., & Salsabila, O. (2020). Pengaruh social media influencer terhadap perilaku konsumtif di era ekonomi digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17 (1), 28-34.
- Mitra, N., Syahniar, S., & Alizamar, A. (2019). Consumtive behavior of students in shopping online and implications in guidance and counseling services in Universities. *International Journal of Research in Counseling and Education*, 3 (2), 120-128.
- Mujahidin, A., & Astuti, R. P. (2020). Pengaruh fintech e-walle terhadap perilaku konsumtif pada generasi millennial. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 8 (2), 143-151.
- Muller, A., Laskowski, N. M., Wegmann, E., Steins, L. S., & Brand, M. (2021). Problematic online buying-shopping: Is it time to considering the concept of an online subtype of compulsive buying-shopping disorder or a specific internet use disorder? *Current Addiction Reports*, 8 (4), 494-499.
- Muruganantham, G., & Bhakat, R. S. (2013). A review of impulsive buyinh behavior. *International Journal of Marketing Studies*, 5 (1), 49-160.
- Myers, D. G. (2014). *Psychology second edition for AP*. Jakarta: Salemba.
- Ningsih, R. S. (2022). Hubungan antara konformitas kelompok dengan perilaku agresif pada siswa di smp negeri 39 medan. *E-Journal PSIKOWIPA*, 2 (2), 32-41.
- Nurazijah, M., Fitriani, S. L., & Ruztini, T. (2023). Pengaruh gaya hidup hedonis terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa. *Journal of Education*, 5 (2), 2345-2352.
- Nurfathria, Shafa; Zahrotul, Uyun. (2023). Hubungan konsep diri dan intensitas penggunaan media sosial instagram dengan gaya hidup hedonis mahasiswa. *Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta*, 12 (1), 55-68.
- Nursidah, Faijin, & Irham. (2021). Hubungan konformitas teman sebaya dengan konsep diri remaja di desa punti Kecamatan Soromandi Kabupaten Bima. *Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 4 (2), 72-81.
- Paujiah, U. N., Achmad, L. I., Sakum, S., Mamun, S., & Edy, S. (2022). The effect of hedonism and ease of use of e-commerce feature on excessive consumerist behavior. *Ta'amul: Journal of Islamic Economics*, (1), 1-10.
- Rahayu, S., Pangiuk, A., & Badaruddin, B. (2020). Pengaruh trend fashion dan pergaulan terhadap gaya hidup konsumtif pada remaja fakultas ekonomi dan bisnis islam UIN. *EAS Technopreneurship*, 3 (2), 135-148.

- Rahmawati, V. E., & Surjanti, J. (2021). Analisis faktor perilaku konsumtif berbelanja online produk fashion saat pandemi pada mahasiswa. *Jurnal Ekonomi dan Pendidikan*, 4 (2), 11-18.
- Rasyid, A., Agama, I., & Padangsidempuan, I. N. (2019). Perilaku konsumtif dalam persepektif agama islam. *Jurnal Hukum Ekonomi*, 4 (15), 45-59.
- Ripki, A. J. (2017). Pengaruh kepribadian terhadap perilaku konsumtif siswa siswi kelas XI SMK Budhi Warman 1 Jakarta. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 9 (1), 15-21.
- Romadloniyah, A., & Setiaji, K. (2020). Pengaruh status sosial ekonomi orang tua, konformitas, dan literasi keuangan terhadap perilaku konsumtif dan perspektif gender. *EEAJ: Economic Education Analysis Journal*, 9 (1), 50-64.
- Santrock, J. W. (2008). *Perkembangan masa hidup jilid 2 edisi kelima*. Jakarta: Erlangga.
- Saputri, R. (2016). Religiusitas dengan gaya hidup hedonisme gambaran pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala. *Jurnal Psikologi Universitas Syiah Kuala*, 1 (4), 26-36.
- Sari, G. S., & Awaru, A. O. (2021). Konformitas teman sebaya terhadap perokok anak usia 7-12 tahun. *Pinisi Journal of Sociology Education Review*, 1 (2), 55-63.
- Sarwono, S. W., & Eko, A. M. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Sugiyono. (2010). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan*. Bandung: Alfabeta.
- Suminar, E., & Meiyuntari, T. (2015). Konsep diri, konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja. *Personalia: Jurnal Psikologi Indonesia*, 4 (2), 145-152.
- Suryabrata, S. (2004). *Psikologi pendidikan*. Jakarta: Raja Grasindo Persada.
- Susanto, P. A., & Savira, S. I. (2021). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna e-commerce marketplace. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8 (9), 132-141.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). *Psikologi sosial*. Jakarta: Gelora Aksara Utama.
- Taylor, S. E., Peplau, L. A., & Sears, D. O. (2009). *Psikologi sosial edisi XII*. Jakarta: Kencana.

- Thamrin, H., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan antara gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi. *Komunika: Media Komunikasi dan Dakwah*, 11 (1), 1-14.
- Tiara, P., & Despiana, D. (2022). Perilaku konsumtif belanja online pada ibu rumah tangga selama pandemi covid-19 di Desa Talang Kemang. *Proeeding Conference on Genuine Psychology*, 2 (1), 15-23.
- Tribuana, L. (2020). Pengaruh literasi keuangan, pengendalian diri, dan konformitas hedonis terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akutansi)*, 1 (1), 145-155.
- Ulfairah, N. A. (2021). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Kecamatan Sutera. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5 (2), 5463-5475.
- Vatmawati, S. (2019). Hubungan konformitas siswa dengan pengambilan keputusan karir. *EMPATI - Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 6 (1), 65-74.
- Yanti, Janah, & Nurbaity. (2016). Dinamika kecenderungan gaya hidup hedonisme dan perilaku seks bebas pada remaja putri. *Jurnal Psikologi Universitas Syiah Kuala*, 2 (4), 5-13.
- Zadri, D. A. (2020). Pengaruh gaya hidup hedonis dan regulasi diri terhadap perilaku seksual pranikah. *Psikologika*, 8 (2), 228-237.
- Zahra, D. R., & Anoraga, P. (2021). The influence of lifestyle, financial literacy, and social demographics on consumptive behavior. *Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8 (2), 1033-1041.

