

BAB 5

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian

5.1.1. Uji Asumsi

Sebelum melakukan uji hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi pada hasil data penelitian. Terdapat dua macam uji asumsi yaitu uji normalitas dan uji linearitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah sebaran data tersebut normal atau tidak dengan menggunakan uji non-parametrik *Kolmogorov Smirnov Z*. Sedangkan uji linearitas dilakukan untuk mengetahui linear tidaknya hubungan antar variabel.

1. Uji Normalitas

Pada uji normalitas, acuan nilai signifikansi yang digunakan ialah sebesar 0,05. Data dikatakan berdistribusi normal apabila taraf signifikansi bernilai lebih dari 0,05 ($p > 0,05$). Berikut penjelasan hasil dari uji normalitas pada penelitian ini:

a. Perilaku Konformitas

Pada skala perilaku konsumtif hasil uji normalitasnya diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov Z* sebesar 0,055 ($p > 0,05$). Dari data yang ada maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

b. Perilaku konsumtif

Pada skala kontrol diri hasil uji normalitas pada nilai *KolmogorovSmirnov Z* diperoleh hasil sebesar 0,182 ($p > 0,05$). Dari data yang diperoleh maka dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal.

2. Uji Linearitas

Berdasarkan uji linearitas terhadap variabel perilaku konformitas dengan perilaku konsumtif diperoleh hasil nilai F linear adalah 53,656 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$) maka dari data tersebut dapat dikatakan bahwa ada hubungan linier pada variabel perilaku konsumtif dan konformitas.

5.1.2. Hasil Analisis Data

Setelah uji asumsi dilakukan, selanjutnya dilakukan uji hipotesis menggunakan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui hipotesis yang diajukan diterima atau tidak. Hasil yang diperoleh dari uji hipotesis hubungan dari kedua variabel yaitu sebesar 0,572 dengan nilai $p = 0,000$. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif. Penelitian ini didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Solichah dan Dewi (2019) yang menunjukkan angka uji hipotesis sebesar 0,522 dengan signifikansi sebesar $p=0,000$.

5.2. Pembahasan

Hasil uji hipotesis menunjukkan uji hipotesis hubungan dari kedua variabel yaitu sebesar 0,572 dengan nilai $p = 0,000$. Hasil tersebut menunjukkan adanya hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif. Ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Semakin kuat konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif, demikian sebaliknya semakin lemah konformitas maka semakin rendah perilaku konsumtif.

Penelitian tentang pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pernah dilakukan oleh Damayanti (2014) terhadap mahasiswa-mahasiswi indeks area kampus Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan usia \pm 18-23 tahun dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Hasil penelitiannya menunjukkan terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Artinya semakin tinggi konformitas maka akan semakin tinggi perilaku konsumtif, dan sebaliknya apabila semakin rendah konformitas, maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif. Sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 41,8%. Perilaku konsumtif pada subjek penelitian tergolong sedang.

Perdana dan Mujiasih (2018) melakukan penelitian terhadap mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif membeli pakaian mahasiswa. Semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi perilaku konsumtif mahasiswa, demikian pula sebaliknya semakin rendah konformitas teman sebaya maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sumbangan efektif konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif mahasiswa sebesar 22,6% dan sisanya sebesar 77,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain.

Myers (2012) menyatakan bahwa konformitas merupakan perubahan perilaku remaja sebagai akibat dari tekanan kelompok. Terlihat dari kecenderungan remaja untuk selalu menyamakan perilakunya dengan kelompok acuan sehingga terhindar dari celaan maupun keterasingan. Hal tersebut membuat remaja cenderung memperhatikan penampilannya agar dapat diterima oleh kelompoknya. Berbagai usaha dilakukan remaja agar dapat tampil dan

diterima oleh kelompoknya. Keterikatan dengan kelompok teman sebaya mempengaruhi perilaku remaja. Dan norma yang ada dalam kelompok menyebabkan remaja menjadi konform dengan temannya.

Mahasiswi kos yang kesehariannya selalu berada di kos menjadikan teman-teman sebayanya sebagai acuan dalam perilakunya. Jauh dari orangtua membuat mahasiswi membangun keterikatan dengan kelompok terdekatnya. Keinginan untuk diterima dalam kelompok inilah yang mendorong mahasiswi berusaha semaksimal mungkin untuk sesuai dengan perilaku teman-temannya di kos. Banyak usaha yang dilakukan mahasiswi untuk dapat diterima oleh kelompoknya di kos, mahasiswi harus bertingkah laku maupun berpenampilan sama dengan polas-pola dan harapan-harapan sesama anggota kelompoknya. Mahasiswi mulai memfokuskan diri pada penampilan baik penampilan fisik, pakaian, rambut maupun wajah. Mahasiswi terus-menerus membeli barang-barang yang dapat menunjang penampilan padahal barang-barang yang mereka miliki masih bermanfaat. Ketaatan mereka untuk selalu berpenampilan sama dengan pola dan harapan kelompok di kos ternyata justru mendorong mereka untuk melakukan pembelian secara tidak wajar yang disebut dengan perilaku konsumtif.

Salah satu faktor yang mempengaruhi tingginya perilaku konsumtif adalah pengaruh kelompok referensi. Kelompok referensi memiliki pengaruh yang cukup kuat dalam membentuk kepribadian dan perilaku seseorang. Kelompok referensi digunakan sebagai alat untuk membandingkan dan mengevaluasi situasi individual. Schiffman dan Kanuk (2004) menjelaskan bahwa kelompok referensi memiliki pengaruh kuat karena merupakan tempat bagi individu untuk melakukan perbandingan nilai, informasi dan menyediakan petunjuk dalam melakukan

konsumsi, kelompok acuan atau kelompok referensi dapat mempengaruhi seseorang melalui tiga jalur yaitu menghadapkan seseorang pada perilaku gaya hidup baru, mempengaruhi perilaku dan konsep pribadi seseorang serta menciptakan tekanan untuk mengikuti kebiasaan kelompok yang mungkin mempengaruhi pilihan produk seseorang.

Mahasiswi yang identik dengan masa peralihan banyak mengalami perubahan dalam dirinya yang antara lain adalah perubahan secara fisik, psikis, sosial dan emosi. Khususnya perubahan dalam hal sosial, mahasiswi cenderung menjadi lebih banyak menghabiskan waktu dengan teman sebayanya, lingkungan masyarakat, dan hubungan-hubungan kekerabatan lainnya. Mereka merasakan kehausan sosial yang menjadikan mahasiswi memiliki harapan untuk selalu diterima, dihargai oleh teman-temannya dalam kelompok, dan penolakan merupakan hal yang dihindari. Bahkan dapat dikatakan bahwa seorang mahasiswi akan mengupayakan sama dalam segala hal dengan harapan dapat dihargai dan diterima oleh kelompok sosial tersebut. Salah satu cara yang ditempuh ialah dengan melakukan konformitas.

Adanya konformitas menyebabkan mahasiswi mengubah perilaku, cara berpikir dan cara berpenampilan agar sama seperti yang dilakukan oleh teman-temannya meskipun hal tersebut merugikan. Adanya keinginan tersebut dapat muncul karena keinginan pribadi mahasiswi yang bersangkutan, namun dapat pula terjadi karena adanya tekanan dari lingkungan. Pada masa mahasiswi, mereka cenderung tidak memikirkan apakah hal yang ditiru tersebut baik untuk dilakukan atau tidak. Bagi mereka, tampil seperti apa yang diharapkan teman-temannya dalam kelompok merupakan suatu hal yang utama. Dalam hal berpenampilan khususnya, mahasiswi menghindari adanya perbedaan fisik

dengan anggota kelompok lain, mereka cenderung selalu mengikuti trend yang sedang *in* di lingkungannya seperti tren produk *produk*. Mereka seakan terus mengejar tren tersebut dengan selalu berbelanja pakaian, sepatu, tas, dan produk *produk* lainnya seperti yang dilakukan oleh teman temannya. Hal ini dilakukan mahasiswi untuk menunjukkan bahwa dirinya gaul dan keren seperti teman-teman yang lain serta menghindari adanya penolakan atau ejekan dari teman-temannya dalam kelompok.

Sedangkan ketika suatu barang sedang menjadi tren, maka barang tersebut akan diproduksi semakin lama semakin banyak jumlahnya dan semakin bervariasi. Hal tersebut dapat menyebabkan mahasiswi ingin terus mengejar tren tersebut dan terus melakukan tindakan pembelian. Ditambah lagi, ketika mahasiswi benar-benar dihadapkan dengan kelompok mahasiswi yang berperilaku konsumtif, maka mahasiswi tersebut rentan berperilaku konsumtif yang serupa. Dengan demikian, semakin mahasiswi berkeinginan untuk terlihat sama dengan teman dalam kelompoknya, maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Pernyataan tersebut juga telah didukung oleh hasil penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswi.

Berdasarkan teori-teori yang telah dikaji, disebutkan pula bahwa salah satu faktor yang dapat mempengaruhi seseorang memiliki perilaku konsumtif adalah kelompok referensi. Pada mahasiswi, kelompok referensi dapat berupa tokoh idola, orang tua, dan kelompok pertemanan. Mengingat bahwa mahasiswi cenderung lebih banyak menghabiskan waktu dengan kelompok pertemanannya, sehingga secara langsung maupun tidak langsung hubungan pertemanan tersebut dapat menyebabkan mereka memiliki perilaku konsumtif yang sama. Dengan

melihat fenomena yang demikian, terlihat bahwa adanya konformitas dalam diri mahasiswi yang ingin terlihat sama dengan kelompok pertemanannya, dapat menyebabkan perilaku konsumtif terhadap produk yang sedang tren, yaitu produk produk.

5.2.1. Kelemahan Penelitian

Penelitian ini memiliki kelemahan dikarenakan adanya keterbatasan pada penulis. Kelemahan tersebut diantaranya adalah :

1. Identitas subyek yang menjelaskan bahwa subyek mahasiswi jurusan manajemen tidak dicantumkan dalam kuesioner pada google form, sehingga menjadikan suatu kelemahan pada penelitian yang dilakukan.

