



## **Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap *Online Shopping* Pada Remaja**

**Diana Ariswanti Triningtyas & Tita Maela Margawati**

Program Studi Bimbingan dan Konseling, FKIP Universitas PGRI Madiun

Email : [dianaariswanti@unipma.ac.id](mailto:dianaariswanti@unipma.ac.id)

**Abstract:** The purpose of this study was to analyze and describe how the relationship between conformity and consumer behavior towards online shopping in adolescents. The research design was carried out using a quantitative-non experimental approach. The study population was adolescents in the scope of the Guidance and Counseling study program at the University of PGRI Madiun. The research sample amounted to 72 students. The sampling technique or sampling technique used in this study is a simple random sampling technique. The technique of data collection is done by a Likert scale. The analysis technique uses simple regression analysis with the help of SPSS Statistical computer programs. The results showed that based on the regression analysis test obtained a significance level of 0.00 ( $p < 0.050$ ; significant), meaning that there was a positive relationship between conformity and consumptive behavior towards online shopping in adolescents. From the results of the study, the suggestions that can be conveyed that consumptive behavior can be avoided by making a shopping plan so that expenditure is not excessive and can control themselves is an important factor in reducing consumptive behavior in adolescents.

**Abstrak:** Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menggambarkan bagaimana hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap belanja online pada remaja. Desain penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif-non-eksperimental. Populasi penelitian ini adalah remaja dalam lingkup program studi Bimbingan dan Konseling di Universitas PGRI Madiun. Sampel penelitian berjumlah 72 siswa dimana teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sampel acak sederhana. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan skala Likert. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi sederhana dengan bantuan program komputer SPSS Statistics. Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji analisis regresi diperoleh tingkat signifikansi 0,00 ( $p < 0,050$ ; signifikan), artinya ada hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap belanja online pada remaja. Dari hasil penelitian ini, saran yang dapat disampaikan bahwa perilaku konsumtif dapat dihindari dengan membuat rencana belanja sehingga pengeluaran tidak berlebihan dan dapat mengendalikan diri merupakan faktor penting dalam mengurangi perilaku konsumtif pada remaja.

### **Pendahuluan**

Seiring dengan perkembangan zaman, dewasa ini dunia telekomunikasi telah berkembang pesat. Adanya perkembangan zaman yang menjadikan teknologi komunikasi ini digunakan oleh semua pihak. Merekadiharapkan untuk dapat memanfaatkan teknologi sesuai dengan fungsinya. Perubahan ini telah memberikan pengaruh yang sangat signifikan. Perkembangan teknologi, dalam hal ini seperti internet merupakan bentuk dari perkembangan teknologi yang menjadi kebutuhan bagi hampir semua kalangan. Internet mengenalkan berbagai informasi mulai dari jejaring sosial, berita, video, foto hingga berbelanja, yang menghubungkan segala jenis pengguna di seluruh dunia satu sama lain dan menghubungkan

### **Article History**

Received: Januari 2019

Reviewed: Februari  
2019

Published: March 2019

### **Key Words**

Conformity,  
Consumptive Behavior,  
Online Shopping

### **Sejarah Artikel**

Diterima: Januari 2019

Direview: Februari  
2019

Disetujui: Maret 2019  
2017

### **Kata Kunci**

Konformitas, Perilaku  
Konsumtif, *Online*  
*Shopping*



mereka dengan penyimpanan informasi yang sangat besar melalui jaringan komputer,. Pertumbuhan pengguna internet semakin pesat seiring dengan berkembangnya ragam telekomunikasi sehingga internet sudah dapat diakses dimana saja.

Saat ini penggunaan internet sudah menjadi tren global seperti menjadi tren hidup dalam dunia bisnis. Ragam fasilitas yang sangat memudahkan bagi penggunanya untuk mengakses beragam informasi yang diinginkan sehingga para pengguna internet dimanjakan oleh fasilitas yang ada tersebut. Penggunaan internet semakin populer di kalangan remaja tak terkecuali mahasiswa. Berbagai cara dilakukan mahasiswa untuk tetap eksis di lingkungannya. Tidak hanya menggali informasi untuk kebutuhan dalam belajar saja, tetapi perkembangan teknologi ini juga memberikan perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Kondisi ini memungkinkan mahasiswa mengakses internet untuk kebutuhan yang lain, seperti belanja secara online.

*Online shopping* sama halnya dengan pasar tradisional atau modern, hanya perbedaannya terletak pada cara bertransaksi atau proses jual beli dengan menggunakan fasilitas jaringan internet. Saat ini, banyak masyarakat yang sudah mengenal toko *online*. Demikian pula halnya terhadap konsumen yang menggunakan internet untuk membeli produk yang ditawarkan maupun membuka usaha, yang dikenal dengan sebutan *online shopping*. Dewasa ini, *online shopping* merupakan fenomena baru yang diminati oleh masyarakat luas karena berbagai kemudahan yang diberikan, seperti efisiensi waktu, tanpa harus bertatap muka secara langsung pelanggan bisa membeli barang yang diinginkan. Fenomena baru *online shopping* ini telah menyebar dalam berbagai kalangan serta memberi warna baru, tidak hanya sekedar perubahan dalam pemilihan berbelanja, namun sudah menjadi bagian dari perubahan sosial budaya dalam konformitas teman sebaya.

Keinginan untuk diterima dan takut dikucilkan, mendorong remaja berusaha untuk menjadi sama dengan kelompoknya. Dorongan demikian tidak hanya datang dari dalam diri sendiri tetapi juga datang dari luar diri biasanya datang dalam bentuk tekanan-tekanan kelompok ataupun tekanan dari anggota kelompok yang lain (Sumarlin, 2009).

Pengaruh lingkungan sosial dan juga budaya berakibat pada perubahan perilaku remaja. Berbagai cara dilakukan masyarakat, tak terkecuali remaja untuk tetap eksis dilingkungannya mulai dari penampilan, cara memilih teman, pemilihan cara belajar serta hal yang lain. Merubah perilaku remaja sendiripun dilakukan agar bisa seperti teman-temannya, yang mana sikap ini disebut konformitas. Seperti yang diungkapkan oleh Feldman (1995) yang mengatakan: “*A change in behavior or attitudes brought about by a desire to follow the belief or standards of others*”. Konformitas adalah perubahan perilaku ataupun sikap yang disesuaikan untuk mengikuti keyakinan atau standar kelompok. Kondisi tersebut membawa kebiasaan dan gaya hidup juga berubah dalam waktu yang relatif singkat.

Akibat dari salah satu dampak yang terjadi adalah gaya hidup berlebihan yang memicu munculnya perilaku konsumtif. Remaja dalam hal ini khususnya adalah mahasiswa juga terpengaruh oleh perilaku konsumtif. Hal ini khususnya, faktor lingkungan memberikan peranan besar dalam pembentukan perilaku konsumtif. Di kalangan mahasiswa sendiri perilaku konsumtif ini dapat dipengaruhi misalnya karena tidak ingin kalah dengan teman



dalam hal barang bermerek, ingin mengikuti gaya hidup temannya dengan membeli barang-barang bagus, tidak ingin dianggap ketinggalan zaman (norak). Demi memenuhi gaya hidup lingkungannya, seseorang akan bersikap konsumtif, meskipun hal tersebut bertolak belakang dengan realitas kebutuhan dan kemampuan yang dimilikinya.

### **Metode Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif-*non eksperimental*. Populasi yang menjadi sasaran penelitian adalah mahasiswa program studi Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Madiun, dengan jumlah sampel adalah 72 orang mahasiswa dengan menggunakan teknik *simple random sampling* sebagai teknik pengambilan sampelnya. Dalam penelitian ini untuk teknik dalam pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan skala Likert. Analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan bantuan program komputer Statistical SPSS dengan analisis regresi.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji analisis regresi diperoleh taraf signifikansi 0,00 ( $p < 0,050$ ; signifikan). Hal ini berarti berdasarkan hasil penelitian dan analisis data menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap *online shopping* pada remaja.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa remaja di lingkup program studi Bimbingan dan Konseling memiliki tingkat konformitas pada kategori tinggi. Hal ini terbukti dari hasil data yang menunjukkan tingkat konformitas pada posisi tinggi sebanyak 36 subjek (50%). Sesuai dengan definisi konformitas yang menjelaskan bahwa konformitas merupakan kemampuan mempersepsi tekanan kelompok dengan jalan meniru perilaku atau standar kelompok (Feldman, 1995). Remaja cenderung melakukan hal yang sama dengan teman sebaya mereka (Rakhmat, 2000).

Dalam penelitian ini, adanya konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap *online shopping* disebabkan lingkungan pergaulan yang mendukung adanya suasana kompetitif yang lebih memberikan pengaruh kepada remaja. Hal ini juga diungkapkan oleh Rakhmat (2000) yang menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas salah satunya meliputi faktor situasional dimana terdapat kondisi situasi tertentu yang akan membuat konformitas terjadi pada remaja. Sedangkan karakter remaja adalah mudah dipengaruhi oleh kelompok teman sebaya. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh kelompok teman sebaya dimana hal ini bergantung pada sejauh mana individu tersebut konform dan terpengaruh oleh kelompoknya maupun kekuatan keterlibatannya di dalam kelompok. Terjadinya perubahan gaya hidup dari generasi ke generasi karena adanya perubahan sosial di masyarakat dan lingkungan ekonomi yang berubah (Suryani, 2013). Sama halnya yang dilakukan remaja di lingkup program studi Bimbingan dan Konseling Universitas PGRI Madiun yang menduduki masa remaja akhir saat membeli produk *online*. Rowley (1996) menyatakan bahwa pembelian secara *online* dijadikan pilihan bagi individu dikarenakan alasan kenyamanan yang diberikan. Sifat akses secara *online* dapat dilakukan dimana saja menjadi salah satu keunggulan



pembelian secara *online* dibandingkan secara tradisional. Beralihnya minat remaja ke internet ini tidak terlepas dari daya tarik situs-situs jejaring sosial. Penggunaan internet sebagai saluran pembelian yang semula cenderung untuk komunikasi, kini sudah digunakan sebagai transaksi pembelian. Karena aspek kepraktisan ini, remaja tertarik untuk berbelanja melalui internet.

### **Simpulan dan Saran**

Secara keseluruhan berdasarkan hasil penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa karakter remaja yang mudah dipengaruhi oleh teman sebaya menimbulkan terjadinya perubahan gaya hidup konsumtif pada remaja. Dengan mengikuti perkembangan zaman, beralihnya pembelian secara tradisional dalam memenuhi kebutuhannya melalui *online shopping*, akan menunjang penampilan agar dapat memberikan kesan tidak ketinggalan zaman diantara teman kelompoknya. Keinginan membeli suatu barang bukan merupakan kebutuhan utama melainkan sebagai pemenuhan atas kesenangan dalam mendukung gaya hidup mereka sebagai wujud identitas diri. Pemenuhan gaya hidup konsumtif yang dilakukan oleh remaja hanya sekedar mementingkan faktor keinginan serta kepuasan dan kesenangan guna mendukung penampilan sebagai wujud identitas diri, daripada kebutuhan sesungguhnya. Apabila perilaku tersebut dilakukan tanpa ada kesadaran maka akan mengakibatkan pengeluaran yang berlebihan.

Adapun dari hasil penelitian, maka saran yang dapat disampaikan bahwa perilaku konsumtif dapat dihindari dengan membuat rencana belanja agar pengeluaran tidak berlebihan serta dapat mengendalikan diri merupakan faktor penting dalam mengurangi perilaku konsumtif pada remaja.

### **Daftar Pustaka**

- David O. Sears, Jonathan L. Freedman, & L. Anne Peplau. (2009). Psikologi Sosial. Jilid Pertama. Edisi Kelima. Jakarta : Erlangga.
- Feldman, Robert. (1995). *Social Psychology*. New Jersey : prentice Hall.
- Ismail, Z. (2011). Buying Behavior : Gender and Sosioeconomic Class Differences on Interpersonal Influence Susceptibility. *International Journal of Business and Social Science*. Vol 2 No. 4 March 2011. H. 55 – 66.
- Prabowo, Suwarsi. (2009). Pengaruh Shopping Orientations dan Gender Differences Pada Online Information Search dan Online Purchase. *Fokus Manajerial*, Vol. 7, No. 2, 2009.
- Rakhmat, J. (2000). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Sumarlin, R. (2009). *Perilaku Konformitas Pada Remaja Yang Berada di Lingkungan Peminum Alkohol*. Skripsi. Available: [www.gunadharma.ac.id](http://www.gunadharma.ac.id).
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Willis. (2007). *The Somatosensory System, With Emphasis On Structures Important For Pain*. Departement of Neuroscience and Cell Biology, University of Texas Medical Branch, 301 University Blvd, Galveston, USA.