

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF PENGGUNA *E – COMMERCE MARKETPLACE*
(*SHOPEE*) PADA MAHASISWA**

Skripsi

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Psikologi**



**Disusun Oleh
Nabila Putri Utami
18190311K**

Pembimbing :
Patria Mukti., S.Psi.,M.Psi
Dra. Endang Widiastuti, M.A.

**PROGRAM STUDI S-1 PSIKOLOGI FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS SETIA BUDI
SURAKARTA
2024**

PENGESAHAN SKRIPSI

Berjudul

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *E – COMMERCE MARKETPLACE* (*SHOPEE*) PADA MAHASISWA

Oleh :
Nabila Putri Utami
18190311K

Dipertahankan di depan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi
Universitas Setia Budi Surakarta dan diterima untuk memenuhi
sebagian dari syarat-syarat guna memperoleh
derajat gelar sarjana psikologi

Pada tanggal :
26 Januari 2024

Mengesahkan,
Fakultas Psikologi
Universitas Setia Budi



Dekan,

Drs. Isaac Jogues Kiyok Sito Meiyanto, Ph.D.

Penguji

1. Patria Mukti., S.Psi., M.Psi.
2. Dra. Endang Widyastuti, M.A
3. Rosita Yuniati, S.Psi, M.Psi.,Psi

Tanda Tangan

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Nabila Putri Utami

NIM : 18190311K

Program Studi : S1 Psikologi

Judul Skripsi : Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pengguna *E - Commerce Marketplace (Shopee)* Pada Mahasiswa

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya serahkan benar-benar hasil karya saya sendiri dan bebas plagiat, kecuali yang ditulis diacu/ dikutip dalam naskah dan yang disebutkan pada daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini hasil plagiat, saya bertanggung jawab sepenuhnya dan berseedia menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Surakarta, 26 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Nabila Putri Utami

MOTTO

Keberhasilan bukan milik orang pintar, melainkan milik mereka yang
senantiasa berusaha

(B.J. Habibie)

*It's not always easy, but that's life. Be strong because there are better
days ahead*

(Mark Lee)

Everyone has their own path

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penulis mempersembahkan karya ini untuk orang terkasih :
Kepada kedua orang tua ku yang selalu mendoakan, memberi dukungan, memenuhi segala kebutuhanku, dan selalu sabar dengan segala tingkah laku ku.

Kepada Alm. Kakung yang selalu mendukung dari awal kuliah, yang selalu meyakinkan aku, dan selalu menguatkan aku.

Kepada seluruh keluarga yang selalu mengingatkan serta memberikan dukungan.

Kepada teman-teman yang selalu mengingatkan, menemani, dan menjadi tempat untuk berkeluh kesah.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, akhirnya skripsi ini berhasil selesai. Banyak hal yang dilewati dalam proses menengrjakan skripsi

1. Universitas Setia Budi Surakarta sebagai tempat saya menempuh Pendidikan Strata 1.
2. Bapak Dr. Ir. Djoni Tarigan, MBA selaku Rektor Universitas Setia Budi.
3. Bapak Drs. Isaac Jogues Kiyok Sito Meiyanto, Ph.D selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi.
4. Bapak Patria Mukti, S. Psi., M. Psi., Psikolog selaku dosen pembimbing utama yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing saya dalam penulisan skripsi. Terimakasih telah mengapresiasi setiap proses yang saya kerjakan dan selalu mengingatkan ketika saya sudah mulai hilang semangat.
5. Ibu Dra. Endang Widyastuti, MA selaku dosen pembimbing 2 yang bersedia meluangkan waktu untuk membimbing saya. Terimakasih telah membimbing saya dari awal hingga membuat saya paham bahwa sekecil apapun progres yang dilakukan tetaplah disebut proses, serta selalu mengingatkan dengan tanggung jawab yang harus saya selesaikan.
6. Ibu Rosita Yuniati, S.Psi., M.Psi., Psikolog yang telah memberikan koreksi, masukan serta semangat sehingga skripsi ini menjadi lebih baik.
7. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Setia Budi yang telah berbagi ilmu dan pelajarannya. Terimakasih atas kesabaran dalam mengajar saya dan teman-teman.
8. Bapak Suyoto, SE yang telah membantu dalam proses administrasi, sehingga rangkaian proses pengerjaan skripsi dapat berjalan dengan lancar.
9. Nabila, kepada diriku sendiri terimakasih sudah mau bertahan dan menyelesaikan tanggung jawab walaupun sempat mau menyerah dan putus asa.
10. Keluargaku tersayang, kedua orang tuaku dan seluruh anggota keluarga yang selalu memberikan semangat dan dukungan. Terimakasih sudah mau mengerti prosesku yang mungkin sedikit lambat. Akhirnya sekarang aku sudah selesai.

11. Sahabatku, Via, Murni, dan Dea. Terimakasih karena kalian selalu di samping ku dari awal proses mengerjakan skripsi dan bertahan bersama melewati ini semua walaupun berat.
12. Kesayanganku, teman - teman angkatan 2019, yang sudah memberikan kesan dan mewarnai dunia perkuliahanku. Semoga kita semua menemukan jalan terbaik untuk menyelesaikan apa yang sedang kita hadapi.
13. Teman-teman responden, dan semua pihak yang sudah membantu dalam menyebarkan dan pengisian kuesioner penelitian. Terimakasih atas bantuan dan ketersediaannya, skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan kalian.

Dengan kerendahan hati, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk memajukan ilmu psikologi.

Surakarta, 26 Januari 2024

Penulis

Nabila Putri Utami

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PENGGUNA *E – COMMERCE MARKETPLACE* (*SHOPEE*) PADA MAHASISWA

INTISARI

Maraknya situs belanja online yang sedang populer di kalangan mahasiswa salah satunya *shopee*, membuat mahasiswa lebih mudah untuk membeli barang yang mereka inginkan. Terkadang mahasiswa membeli barang bukan hanya untuk memenuhi kebutuhan pokok saja akan tetapi untuk membuat dirinya tidak berbeda dengan kelompok dan agar dapat diterima yang membuat mahasiswa melakukan konformitas. Konformitas adalah penyesuaian diri yang dilakukan individu dengan kelompok teman sebaya yang mengharuskan individu mengikuti aturan yang ada agar dapat diterima, hal ini dapat membuat mahasiswa berperilaku konsumtif hanya agar diterima menjadi anggota kelompok. Perilaku konsumtif adalah perilaku dimana individu melakukan pembelian yang tidak didasari oleh pertimbangan yang matang dan hanya karena keinginan semata.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna *e-commerce marketplace (shopee)* pada mahasiswa. Penelitian dilakukan dengan metode kuantitatif menggunakan *purposive sampling*. Sampel yang digunakan merupakan 99 mahasiswa aktif. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi *product moment* dengan SPSS versi 16.0. Hasil analisis data menunjukkan nilai *coefficient correlation* sebesar 0,871 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal tersebut membuktikan bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Peneliti juga telah menambahkan Uji *T Independent Sample Test*. Diperoleh hasil bahwa tidak ada perbedaan antara perilaku konsumtif pada jenis kelamin.

Kata Kunci : Konformitas, Perilaku Konsumtif, *E-Commerce*

**THE RELATIONSHIP BETWEEN CONFORMITY AND
CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF E-COMMERCE
MARKETPLACE (SHOPEE) USERS AMONG COLLEGE
STUDENTS**

ABSTRACT

Online shopping sites have emerged that are popular among students, including Shopee. The presence of Shopee makes it very convenient for students to purchase the items they want. Sometimes students buy goods not only to meet their basic needs, but also to fit in with the group and gain acceptance. This leads students to conformity. Conformity is an adjustment that individuals make with peer groups that require individuals to follow existing rules in order to be accepted, which can lead students to engage in consumptive behavior just to be accepted as group members. Consumptive behavior is a behavior in which individuals make purchases that are not based on careful consideration and are based only on their desires.

This research aims to determine the relationship between conformity and consumptive behavior of e-commerce marketplace (Shopee) users among college students. The research was conducted using a quantitative method with purposive sampling. The sample used was 99 active students. The data analysis method used is product moment correlation technique with SPSS version 16.0. The results of data analysis showed a correlation coefficient value of 0.871 with $p = 0.000$ ($p < 0.05$). The result indicated that there is a positive relationship between conformity and consumptive behavior. Researchers have also added the Independent Samples T-test. The results show that there is no difference between consumptive behavior in gender.

Keywords : Conformity, Consumptive Behavior, E-Commerce

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
INTISARI	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
A. Perilaku Konsumtif.....	13
1. Pengertian Perilaku Konsumtif	13
2. Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif.	14
3. Aspek Perilaku Konsumtif	15
B. Konformitas.....	17
1. Pengertian Konformitas.....	17
2. Aspek Konformitas.....	18
C. <i>E - Commerce Online Shopping</i>	18
D. Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pengguna <i>E- Commerce</i>	20
E. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Identifikasi Variabel.....	23
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	23

1. Perilaku Konsumtif.....	23
2. Konformitas.....	23
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	24
1. Populasi	24
2. Sampel	25
3. Teknik <i>sampling</i>	25
D. Metode Pengumpulan Data.....	25
E. Validitas dan Reliabilitas	28
F. Teknik Analisis Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
A. Persiapan Penelitian	31
1. Orientasi kancah penelitian	31
2. Proses Perijinan	32
3. Persiapan alat ukur penelitian.....	32
4. Uji Coba Alat Ukur	33
5. Uji Validitas Dan Reliabilitas	33
B. Pelaksanaan Penelitian.....	35
C. Deskripsi Data Penelitian.....	36
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	38
E. Pembahasan.....	39
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	44
A. Kesimpulan	44
B. Saran	44
DAFTAR PUSTAKA.....	46
LAMPIRAN	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 10 Negara Asia dengan Pengguna Internet Terbesar (Juli 2022).....	2
Gambar 2 Rata-rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee per Bulan (Kuartal I 2019- Kuartal II 2022).....	3
Gambar 3 Rata-rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee per Bulan (Kuartal I 2019- Kuartal II 2022).....	4
Gambar 4 Frekuensi Belanja Online Masyarakat Indonesia Setiap Bulan	5
Gambar 5 Hasil Survei fenomena Perilaku Konsumtif pada mahasiswa USB	6
Gambar 6 Hasil Survei fenomena Konformitas pada mahasiswa USB 10	

DAFTAR TABEL

- Tabel 1 Populasi Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2 Blueprint skala perilaku konsumtif**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3 Blueprint skala Konformitas.... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4 Skala Perilaku Konsumtif setelah uji coba (*tryout*)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 5 Sebaran Item Skala Konformitas sebelum uji coba (*tryout*)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 6 Skala Konformitas setelah uji coba (*tryout*)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 7 Rekapitulasi Data Terkumpul.. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 8 Data Demografi Subjek Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 9 Deskripsi Statistik Data Penelitian**Error! Bookmark not defined.**

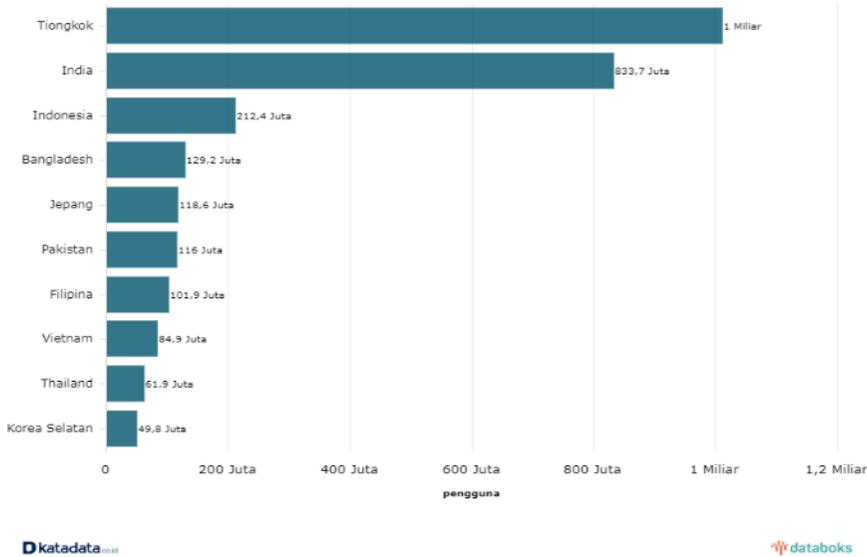
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, dunia teknologi telah berkembang pesat. Perkembangan teknologi memberikan pengaruh yang sangat signifikan, dengan adanya perkembangan teknologi menjadikan teknologi komunikasi digunakan oleh semua pihak. Perkembangan teknologi pada saat ini seperti internet. Internet merupakan perkembangan teknologi yang digunakan oleh semua kalangan yang dapat mengakses beragam informasi dan dapat diakses kapan saja dan di mana saja. Indonesia sendiri merupakan salah satu negara dengan populasi pengguna internet terbesar di dunia. Berdasarkan data Internet World Stats, terdapat 212,35 juta pengguna internet di Tanah Air per Juli 2022. Seperti uraian pada gambar grafik 1 yang menunjukkan bahwa Indonesia termasuk dalam 10 negara asia dengan pengguna internet terbesar di dunia dan masuk dalam peringkat 3.

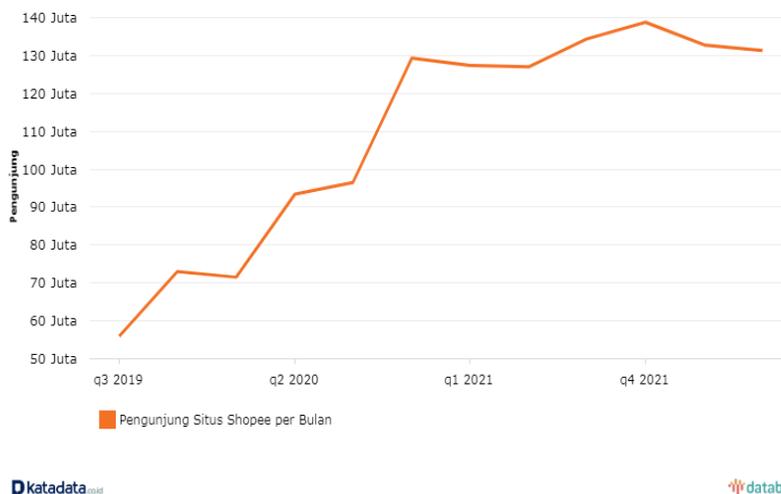
Saat ini penggunaan internet bukan hanya untuk mengakses media sosial dan menggali informasi untuk belajar saja, akan tetapi penggunaan internet dapat digunakan untuk hal lain seperti berbisnis secara online hingga membeli barang secara online. Penggunaan internet sangat populer di semua kalangan khususnya mahasiswa. Perkembangan teknologi di kalangan mahasiswa bisa memberikan perubahan dalam gaya hidup mahasiswa. Hal ini menjadikan mahasiswa mengakses internet untuk kebutuhan yang lain, seperti belanja secara online (Triningtyas & Margawati, 2019).



Gambar 1 10 Negara Asia dengan Pengguna Internet Terbesar (Juli 2022)

Sumber : Databoks Indonesia (Kusnandar, 2022)

Kegiatan belanja merupakan aktivitas yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-harinya. Renaldy, Dewi, dan Hidayatullah (2018) menyatakan bahwa seiring dengan berkembangnya zaman, berbelanja tidak hanya digunakan untuk untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari atau kebutuhan inti saja akan tetapi banyak yang menggunakannya untuk memenuhi kepuasannya mulai dari make up, makanan, pakaian, aksesoris, dan kebutuhan lainnya. Individu dalam memenuhi kebutuhannya dapat membelinya melalui offline maupun online (*e-commerce*). Ketua Dewan Komisioner Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Santoso Wimboh, (2021) dalam CNN mengatakan bahwa terdapat 129 juta penduduk Indonesia yang menggunakan layanan *e-commerce*. Di Indonesia sendiri sudah banyak sekali *e-commerce*, salah satunya adalah Shopee. Menurut data yang dihimpun iPrice jumlah rata-rata pengunjung web shopee per bulan sebanyak 131,3 juta pada kuartal II.



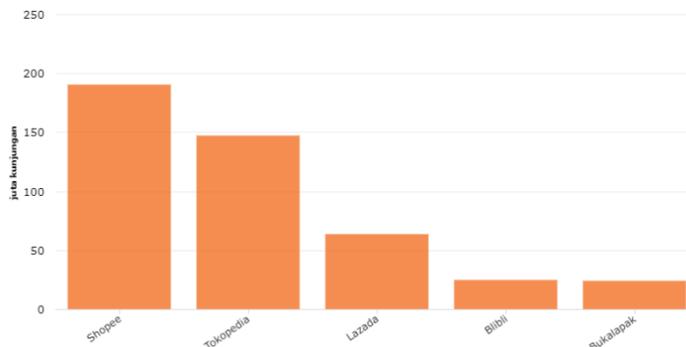
Gambar 2 Rata-rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee per Bulan (Kuartal I 2019-Kuartal II 2022)

Sumber : Databoks Indonesia (Ahiat, 2022)

Renaldy, dkk (2018) berpendapat bahwa *e-commerce* dapat menimbulkan dampak positif maupun dampak negatif bagi penggunaannya. Dampak positif untuk konsumen adalah konsumen dapat dengan mudah mendapatkan barang yang diinginkannya dan dampak negatifnya adalah dapat membuat konsumen membeli sesuatu tanpa mempertimbangkan apakah ia membutuhkannya atau tidak. Hal ini terjadi karena konsumen dapat mengakses aplikasi tersebut kapanpun dan di manapun konsumen inginkan, hanya dengan mengaktifkan handphone konsumen sudah dapat membeli produk yang diinginkan serta adanya kemudahan tersebut dapat menjadikan konsumen dalam membeli produk tidak mempertimbangkan terlebih dahulu.

E-commerce yang populer di kalangan masyarakat saat ini salah satunya adalah shopee. Shopee merupakan *platform* yang mudah diakses dan praktis. Di Indonesia *e-commerce* Shopee memberikan beberapa penawaran yang menarik kepada konsumennya dengan memberikan flash sale, hadiah pengembalian uang tunai, gratis ongkos kirim, potongan harga, dan penurunan harga yang dilakukan setiap bulannya pada tanggal kembar (Arum & Khoirunnisa, 2021). Hal ini dapat membuat individu yang memiliki kecenderungan cukup tinggi dalam berbelanja dapat menyebabkan individu berperilaku konsumtif.

Adanya penawaran dari Shopee tersebut menjadikan Shopee menjadi situs *e-commerce* yang paling banyak dikunjungi di Indonesia per Agustus 2022. Menurut data Similarweb, pada Agustus 2022 situs Shopee menerima 190,7 juta kunjungan dari Indonesia.



Gambar 3 Rata-rata Jumlah Pengunjung Situs Shopee per Bulan (Kuartal I 2019-Kuartal II 2022)

Sumber : Databoks Indonesia (Annur, 2022)

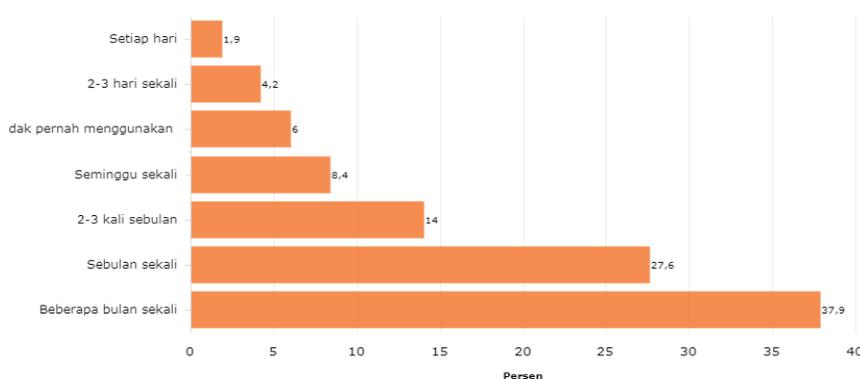
Maraknya penggunaan situs belanja online individu harus bisa menentukan kebutuhan yang menjadi prioritas dan benar - benar dibutuhkan agar dapat meminimalisir perilaku konsumtif yang sudah menjamur di kalangan mahasiswa. Agar dapat meminimalisir perilaku konsumtif individu harus memiliki mekanisme yang bisa membantu untuk mengatur perilakunya. Individu harus mampu menekan keinginan serta perilaku konsumtifnya, sehingga perilaku konsumtif yang sudah banyak terjadi di kalangan mahasiswa dapat diminimalisir Heni (dalam Sari & Irmayanti, 2021).

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu untuk mengkonsumsi sesuatu tanpa ada batasnya. Pratiwi & Yani (dalam Susanto & Savira, 2021) mengatakan bahwa perilaku konsumtif adalah keinginan individu dalam mengkonsumsi barang yang kurang dibutuhkan untuk memenuhi kepuasan dirinya sendiri. Individu yang mendapatkan kepuasan dari dari barang yang dibeli maka akan terus mengulang pembelian untuk memenuhi kepuasannya. Hal ini dapat membuat individu berperilaku konsumtif dan akan membuat individu sulit untuk mengatur

keuangan karena dilema antara memenuhi kebutuhan yang lebih penting dengan kebutuhan yang hanya untuk memenuhi kepuasannya saja (Khoirunnas, 2017).

Kurniawan (2017) menyatakan bahwa perilaku konsumtif dapat menimbulkan pola hidup yang boros sehingga menimbulkan kecemburuan sosial, karena individu akan membeli barang yang diinginkan tanpa mempertimbangkan harga, sehingga bagi individu yang tidak memiliki keseimbangan antara penghasilan dengan pengeluaran akan menimbulkan masalah ekonomi. Pola hidup boros yang disebabkan oleh perilaku konsumtif akan membuat individu sulit untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan kebutuhannya di masa mendatang sehingga akan berdampak pada kondisi keuangan. Individu yang tidak memiliki cukup uang untuk memenuhi kebutuhannya semata dapat membuat individu melakukan segala cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya, tidak terkecuali dengan berutang atau melakukan tindak kecurangan lain (Dewi dkk, 2021).

Mayoritas individu pernah melakukan belanja online melalui platform *marketplace*. Adanya kolaborasi survey dari Katadata Insight Center (KIC) dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) yang menyatakan hasil survey tersebut yang menunjukkan frekuensi belanja online masyarakat di Indonesia setiap bulannya yang disajikan dengan grafik di bawah.

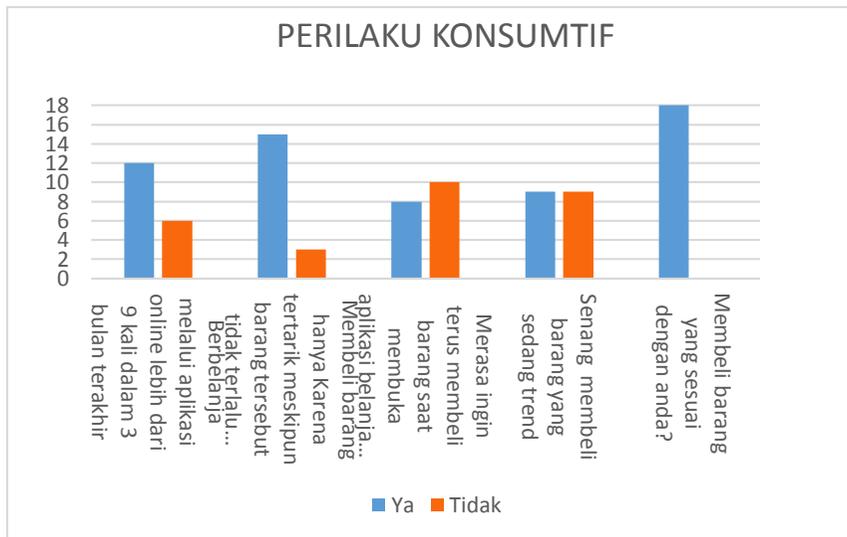


Gambar 4 Frekuensi Belanja Online Masyarakat Indonesia Setiap Bulan

Sumber : Tim Riset Publikasi (2022)

Decky (2022) mengatakan bahwa saat ini maraknya barang-barang *viral* yang berlalu-lalang di media sosial membuat masyarakat khususnya para anak muda tergiur untuk membelinya. Mayoritas anak muda memiliki sifat dan pemikiran yang belum matang. Kecenderungan anak muda berperilaku atau bertindak tanpa berpikir untuk jangka waktu panjang juga menjadi salah satu alasan mengapa anak muda lebih mudah terpengaruh trend yang ada, sehingga dapat menimbulkan perilaku konsumtif.

Peneliti telah menyebarkan angket yang disusun berdasarkan karakteristik perilaku konsumtif pada 18 mahasiswa Universitas Setia Budi (USB) sebagai bentuk survei awal fenomena perilaku konsumtif pada mahasiswa dan diperoleh hasil bahwa terdapat indikasi fenomena perilaku konsumtif pada mahasiswa USB. Adapun hasil survei awal yang diperoleh adalah sebagai berikut :



Gambar 5 Hasil Survei fenomena Perilaku Konsumtif pada mahasiswa USB

Diagram di atas dapat disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa USB (68,8%) mengalami perilaku konsumtif. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil survei di atas yang menunjukkan

bahwa mayoritas mahasiswa berbelanja lebih dari 9 kali dalam 3 bulan terakhir. Mahasiswa yang berperilaku konsumtif cenderung lebih sering membelanjakan uangnya untuk membeli barang yang sesuai dengan dirinya, akan tetapi tidak jarang para mahasiswa membeli barang yang sedang *trend* pada masanya saja karena menarik perhatiannya walaupun barang tersebut cenderung tidak berguna. Namun dari hasil survei yang telah dilakukan ada beberapa mahasiswa (31,1%) yang mengatakan bahwa dirinya tidak ingin selalu membeli barang saat membuka *e - commerce*, mungkin saja hal tersebut dikarenakan mahasiswa dapat menahan diri untuk tidak membeli barang yang belum di butuhkan dan lebih mempertimbangkan kebutuhan lain. Perilaku konsumtif banyak terjadi di kalangan mahasiswa. Mahasiswa senang untuk mencoba sesuatu yang baru karena rasa penasaran yang tinggi, disamping lebih mengarah pada pergaulan yang menjadikannya untuk berperilaku boros yang menjadikannya berperilaku konsumtif (Yahya, 2021). Individu yang terjebak dalam kehidupan perilaku konsumtif tidak jarang menghabiskan uangnya untuk membeli berbagai macam keperluan yang hanya berdasar pada keinginannya dan bukan kebutuhannya Maulana (dalam Anggraini & Santhoso, 2017).

Individu melakukan pembelian barang bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan pokoknya akan tetapi berdasarkan motivasi untuk mendapatkan sensasi, gengsi, mengikuti teman, mendapat pengakuan, tantangan, kebahagiaan, dan untuk menghadapi stres (Dezianti & Hidayati, 2021). Hal tersebut dapat mendorong sifat konsumtif individu, karena individu ingin mendapat pengakuan dan ingin mengikuti temannya.

Trend *online shopping* sudah menjadi kebiasaan bagi remaja untuk memenuhi kebutuhan pergaulannya. Menurut Hall (dalam Santrock, 2003) masa remaja dimulai pada usia 12 - 23 tahun. Mahasiswa pada umumnya memiliki rentan usia 17 - 23 tahun. Pada masa ini individu masih mencari jati dirinya dan cenderung menyukai hal yang baru (Yahya, 2021). Salah satu perubahan yang dialami remaja terjadi pula pada hubungan sosialnya, para remaja memiliki minat yang semakin besar untuk terlibat dalam pergaulan dengan temannya (Mardison, 2016). Remaja lebih banyak bergantung dengan aturan dan norma yang

berlaku dalam kelompok. Hal ini disebabkan oleh motivasi remaja untuk menuruti ajakan kelompoknya. Kebutuhan untuk diterima dalam kelompok menyebabkan remaja melakukan perubahan dalam sikap dan perilaku sesuai dengan perilaku anggota kelompoknya (Sears, 1991). Perubahan sikap dan perilaku yang ditunjukkan ada yang sesuai dengan keinginan dan ada yang bertentangan dengan keinginannya sehingga mereka mengalami masalah konformitas. Mahasiswa agar dapat diterima dalam kelompok atau pun untuk membuat diri mereka tidak berbeda dari teman sebayanya akan melakukan konformitas (Devi & Agriyanti, 2020). Konformitas memiliki kaitan dengan perilaku konsumtif, yaitu individu cenderung akan berperilaku konsumtif karena melihat dan meniru orang di sekitarnya dan karena adanya tuntutan dari dalam kelompok yang mengharuskan individu untuk mengikuti norma yang berlaku dalam kelompok, hal tersebut akan membuat individu berperilaku konsumtif agar dapat diterima menjadi anggota kelompok Bandura (dalam Khrihananto & Adriansyah, 2021).

Terdapat konformitas dari kalangan remaja, dimana dalam masanya mereka akan lebih cenderung konform pada teman – temannya. Hal ini sesuai dengan ciri dari seorang remaja di mana remaja ingin kehadirannya diakui sebagai bagian dari komunitasnya. Remaja juga menempatkan teman sebaya sebagai bagian penting dalam perkembangan dirinya (Sarwono, 2005). Oleh karena itu remaja akan berusaha untuk menyamakan dirinya dengan kelompok teman sebaya baik dari pakaian, perilaku, hingga gaya hidup. Konformitas pada remaja umumnya terjadi karena mereka tidak ingin dipandang berbeda dari teman –temannya dan demi memperoleh persetujuan, atau menghindari celaan kelompok (Nurfadhiah & Yulianti, 2017).

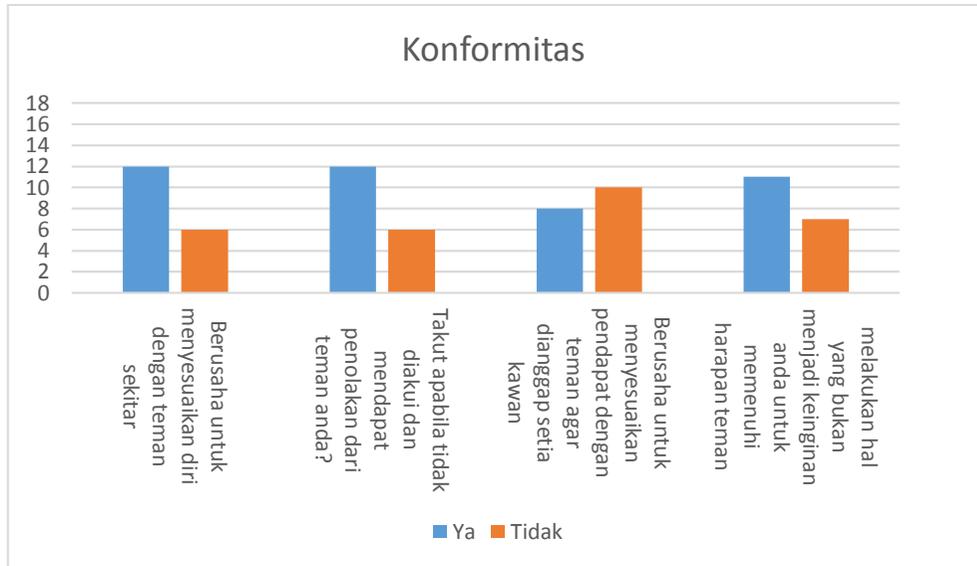
Sarwono (dalam Dezianti & Hidayati, 2021) mengatakan bahwa keinginan individu untuk mengikuti temannya dengan segala sesuatu yang dilakukan oleh kelompok referensinya sangat berkaitan dengan konformitas. Konformitas dapat diartikan sebagai upaya individu untuk sepadan dengan norma yang berlaku dalam kelompoknya. Individu menyesuaikan diri dengan teman

sebayanya dengan cara berperilaku sama yang diakibatkan oleh tekanan dari kelompok atau untuk mencapai suatu tujuan tertentu disebut konformitas (Azizah & Liatara, 2017).

Baron (dalam Setiawan, 2019) mengatakan bahwa konformitas adalah keadaan seseorang dalam mengikuti norma yang berlaku untuk menyesuaikan diri dengan orang di sekitarnya. Individu melakukan konformitas agar diterima di lingkungannya, baik untuk disukai maupun untuk menghilangkan tekanan sosial. Individu yang melakukan konformitas biasanya menerima norma yang ada di sekitarnya sehingga individu tersebut mengikuti norma yang sudah ada atau pun norma baru yang berlaku.

Individu seharusnya memiliki prinsip dan pandangan yang kritis mengenai sesuatu dan mampu untuk membentuk pendapatnya sendiri. Individu yang berperilaku konformisme berarti tidak memiliki prinsip dan memiliki kegagalan dalam membentuk pendapatnya sendiri. Oleh karena itu individu terpengaruh dan mengikuti orang lain yang memiliki pengaruh terhadap sesuatu, seperti mempunyai suara yang banyak, kekuasaan, dan atau otoritas tertentu Suryanto (dalam Kurniawan & Kusmiyanti, 2022)

Peneliti telah menyebarkan angket yang disusun berdasarkan karakteristik konformitas pada 18 mahasiswa Universitas Setia Budi (USB) sebagai bentuk survei awal fenomena konformitas pada mahasiswa dan diperoleh hasil bahwa terdapat indikasi fenomena konformitas pada mahasiswa USB. Adapun hasil survei awal yang diperoleh adalah sebagai berikut :



Gambar 6 Hasil Survei fenomena Konformitas pada mahasiswa USB

Diagram di atas, disimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa USB mengalami konformitas. Hal tersebut dibuktikan oleh hasil survei di atas yang menunjukkan bahwa (59,7%) mayoritas mahasiswa yang berusaha untuk menyesuaikan diri dengan temannya agar diakui dan tidak mendapat penolakan dan berusaha untuk melakukan sesuatu hal yang bukan menjadi keinginannya untuk memenuhi harapan temannya. Namun dari hasil survei di atas ada beberapa mahasiswa (40,2%) yang mengatakan bahwa dirinya tidak selalu menyesuaikan pendapatnya dengan teman di sekitarnya hanya agar dianggap setia kawan, mungkin saja hal tersebut terjadi karena mahasiswa ingin mempertahankan pendapatnya sendiri. Mayers (dalam Susanto & Farozin, 2018) menyatakan bahwa individu yang memiliki tingkat konformitas yang tinggi dapat mengurangi kebebasan dan kontrol individu terhadap dirinya sendiri sehingga menyebabkan individu tergantung pada aturan dan norma yang ada dalam kelompoknya, hal ini dapat menyebabkan individu menjadi kurang mengetahui identitas dirinya. Individu yang tergantung pada kelompoknya akan menjadikan kelompok tersebut sebagai acuan dalam bersikap,

sehingga akan membuat individu menjadi tertekan. Selain itu menurut Tambunan (dalam Devi & Agriyanti, 2020) juga menyatakan bahwa dampak negatif tersebut dapat berakibat pada psikologis, sosial, hingga etika dari mahasiswa.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa konformitas dapat mempengaruhi perilaku konsumtif. Dengan kemajuan teknologi yang memudahkan individu untuk berbelanja secara *online* membuat individu dapat dengan mudah membeli barang yang diinginkan. Akan tetapi terkadang individu sulit mengontrol dirinya untuk membeli sesuatu yang kurang dibutuhkan. Ditambah lagi individu selalu ingin mengikuti penampilan kelompok. Hal ini akan membuat individu terus membeli sesuatu yang bisa membuat dirinya sama seperti kelompoknya dan diakui dalam kelompoknya. Hal ini menyebabkan perilaku konsumtif meningkat. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna *e – commerce marketplace (shopee)* pada mahasiswa.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah apakah ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna *e-commerce marketplace (shopee)* pada mahasiswa?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pengguna *e-commerce marketplace (shopee)* pada mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan akan bermanfaat untuk menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang ilmu psikologi khususnya psikologi sosial, psikologi industri, dan psikologi konsumen mengenai perilaku konsumtif.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Universitas Setia Budi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran Universitas Setia Budi agar lebih melihat, memahami dan mengatasi fenomena perilaku konsumtif yang terjadi di Universitas Setia Budi.

b. Bagi Mahasiswa Pengguna Shopee

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi gambaran dan masukan kepada mahasiswa yang menggunakan *e-commerce shopee* agar dapat mengontrol dirinya pada saat berbelanja menggunakan aplikasi *online*.

c. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi maupun data tambahan bagi penelitian terkait di masa mendatang.