

Hubungan antara Kepercayaan Diri dan Konformitas Kelompok dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Bidikmisi UNISSULA

Dian Naeli Sa'adah¹, Agustin Handayani²

^{1,2} Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung, Semarang
diannaeli@std.unissula.ac.id¹, agustinhandayani75@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa penerima beasiswa Bidikmisi Unissula Semarang dengan sampel 79 responden pada uji coba penelitian dan 148 responden sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel menggunakan *cluster random sampling*. Terdapat 3 skala yang digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian ini yaitu skala perilaku konsumtif dengan koefisien reliabilitas 0,878, skala kepercayaan diri memiliki koefisien reliabilitas sebesar 0,877 dan skala konformitas kelompok dengan koefisien reliabilitas 0,817. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda dan korelasi parsial. Hasil uji hipotesis pertama menunjukkan nilai $R = 0,545$ dan $F_{hitung} = 30,349$ dengan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$), yang artinya kepercayaan diri mampu memprediksi perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula secara signifikan. Hasil uji korelasi parsial antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif menunjukkan nilai $r_{x1y} = -0,335$ dengan signifikansi $p = 0,000$ ($p < 0,01$), artinya terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula. Hasil uji korelasi parsial antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif menunjukkan nilai $r_{x1y} = -0,139$ dengan signifikansi $p = 0,095$ ($p > 0,01$) yang artinya tidak ada hubungan antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula.

Kata kunci: perilaku konsumtif, kepercayaan diri dan konformitas kelompok.

Pendahuluan

Mahasiswa Bidikmisi adalah mahasiswa yang mendapatkan bantuan beasiswa penuh di tingkat perguruan tinggi selama delapan semester. Beasiswa ini berupa beasiswa penuh selama delapan semester serta uang saku untuk *living cost* yang diberikan dalam jangka waktu enam bulan sekali sebesar Rp. 4.200.000. Hal ini membuat mahasiswa Bidikmisi dituntut untuk mampu mengelola keuangan secara mandiri. Akan tetapi, mahasiswa Bidikmisi justru lebih banyak menggunakan dana

tersebut untuk membeli kebutuhan sekunder seperti membeli *gadget, fashion style*, kosmetik serta digunakan untuk melakukan hal-hal yang bersifat kesenangan pribadi atau sebagai pemenuhan perilaku konsumtif. Hal ini dirasa tidak sesuai dengan pengalokasian dana yang seharusnya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa penerima bantuan Beasiswa Bidikmisi dapat disimpulkan bahwa, subjek memiliki kebutuhan untuk tampil percaya diri serta adanya rasa puas saat menggunakan produk yang bermerk dan memiliki kualitas yang bagus. Subjek juga memiliki ketertarikan untuk membeli produk saat ada diskon. Subjek juga merasa dirinya terkadang boros dan lepas kontrol dalam pengalokasian dana Bidikmisi. Selain itu subjek juga memiliki kebutuhan untuk diakui oleh teman sebayanya serta kebutuhan untuk menjadi pusat perhatian di khalayak umum.

Seseorang yang erat dengan perilaku konsumtif akan membeli suatu barang diluar kebutuhan yang mendasar (*need*) melainkan pembelian hanya berdasarkan keinginan (*want*) (Fitriyani et al., 2013). Menurut (Mangkunegara, 2009) menyatakan bahwa terdapat terdapat banyak faktor yang dapat memberikan pengaruh perilaku konsumtif pada individu, antara lain faktor psikologis dan faktor sosial budaya. Salah satu dari faktor psikologis yaitu kepribadian merupakan suatu bentuk sifat yang dimiliki seseorang untuk menentukan reaksi individu terhadap lingkungan (Setiadi, 2018).

Selain itu dalam faktor sosial budaya yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor kelompok acuan atau sering disebut juga sebagai kelompok acuan yaitu sekelompok individu yang saling mempengaruhi dalam berpendapat, aturan hingga sikap dan perilaku berbelanja. Konformitas menurut (Sarwono, 2002) merupakan tindakan seseorang agar selalu sesuai dengan aturan-aturan yang ditetapkan oleh kelompoknya, sehingga menyebabkan seseorang harus berperilaku sama dengan teman kelompoknya. Dalam kehidupan berkelompok tentunya mampu memberikan kontribusi yang positif maupun negatif pada remaja, sehingga hal ini mampu mempengaruhi pola perilaku konsumsi pada remaja (Santrock, 2007).

Berdasarkan pengertian beberapa ahli maka dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan oleh remaja dilakukan sebagai bentuk upaya untuk mendukung tampilan diri agar terlihat lebih percaya diri di depan khalayak umum. Berdasarkan fenomena diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Antara Kepercayaan Diri Dan Konformitas Kelompok Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Sultan Agung”.

Metode

Partisipan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Bidikmisi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang berasal dari angkatan 2017 hingga 2020. Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 227 mahasiswa dari Fakultas Agama Islam, Fakultas Bahasa Dan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi, Fakultas Hukum, Fakultas Keperawatan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Fakultas Psikologi, Fakultas Teknik, Fakultas Teknik Industri.

Instrumen dalam penelitian dilakukan menggunakan skala. Skala adalah alat ukur psikologi yang berisi pernyataan yang disusun untuk mengungkap atribut tertentu melalui respons terhadap pernyataan tersebut yang kemudian diberi skor serta interpretasikan (Azwar, 2019). Skala yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari tiga skala yaitu skala perilaku konsumtif, skala kepercayaan diri dan skala konformitas kelompok. Masing-masing skala ini memiliki 4 pilihan jawaban yakni Sangat Sesuai (SS), Sesuai (S), Tidak Sesuai (TS) dan Sangat Tidak Sesuai (STS). Penilaian untuk aitem favorabel yakni jika responden menjawab pernyataan dengan jawaban Sangat Sesuai mendapatkan skor 4, Sesuai memperoleh skor 3, Tidak Sesuai mendapatkan skor 2 dan Sangat Tidak Sesuai mendapatkan skor 1. Sedangkan penilaian aitem unfavorabel yaitu untuk jawaban Sangat Sesuai memperoleh skor 1, Sesuai mendapatkan skor 2, Tidak Sesuai mendapatkan skor 3 dan Sangat Tidak Sesuai dengan skor 4.

Skala Perilaku Konsumtif

Skala perilaku konsumtif disusun berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh (Fromm, 1995) yaitu melakukan pembelian secara impulsif, pemborosan, tidak bernilai kebutuhan dan ingin lebih dari orang lain. Skala perilaku konsumtif ini terdiri dari 32 aitem untuk mengukur perilaku konsumtif individu dengan 16 aitem favorabel dan 16 aitem unfavorabel.

Skala Kepercayaan Diri

Penyusunan skala kepercayaan diri berlandaskan pada aspek yang terdapat dalam kepercayaan diri dari Afiatin & Martaniah (1998) yakni aspek individu merasa adekuat terhadap tindakan yang dilakukan, individu merasa diterima oleh kelompoknya serta individu memiliki sikap ketenangan. Skala kepercayaan diri ini berjumlah 28 aitem untuk mengukur kepercayaan diri dengan 14 aitem favorabel dan 14 aitem unfavorabel.

Skala Konformitas Kelompok

Skala konformitas kelompok disusun berdasarkan aspek-aspek konformitas kelompok dari (Sears et al., 2003) antara lain adalah aspek kekompakan, aspek kesepakatan dan aspek ketaatan. Skala konformitas kelompok ini berjumlah 28 aitem untuk mengukur konformitas dalam kelompok dengan 14 aitem favorabel dan 14 aitem unfavorabel.

Prosedur penelitian diawali dengan menetapkan tempat penelitian, perizinan penelitian, pengambilan data subjek, penyusunan alat ukur yaitu skala psikologi, tahap uji coba alat ukur, tahap penelitian, tahap analisis data dan tahap penyusunan laporan penelitian.

Hasil

Hasil Uji Coba Skala

Hasil uji coba skala perilaku konsumtif menunjukkan bahwa 26 aitem memiliki daya beda aitem tinggi, dengan koefisien korelasi yaitu $>0,25$. Hasil uji

coba skala kepercayaan diri menunjukkan 23 aitem berdaya beda tinggi, dengan reliabilitas sebesar 0,877. Hasil uji coba skala konformitas kelompok menunjukkan 10 aitem memiliki daya beda aitem tinggi dengan reliabilitas sebesar 0,817.

Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas dapat menentukan jika data normal ataupun tidak normal. *One Sample Kolmogorov-Smirnov-Z* merupakan teknik untuk menentukan tingkat signifikansi 0,05 dalam uji normalitas. Suatu data dikatakan normal apabila memiliki distribusi > 5% atau 0.05. Uji normalitas ini dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 20.0.

Tabel 1. Hasil uji normalitas

Variabel	Mean	Std. Deviasi	KS-Z	Sig.	P	Ket.
Perilaku Konsumtif	49,45	9.197	0,583	0.200	>0.05	Normal
Kepercayaan Diri	70,56	7,397	1,402	0.039	<0.05	Tidak Normal
Konformitas Kelompok	32,58	3,546	2,043	0.000	<0.05	Tidak Normal

Hasil Uji Linieritas

Variabel penelitian dapat dikatakan memiliki hubungan yang linier apabila memiliki *Flinier* kurang dari 0.01. Hasil uji linieritas yang dilakukan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif diperoleh *Flinier* sebesar 57,153 dengan taraf signifikan $p= 0,000$ ($p<0,01$). Hal ini menyatakan jika antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linier. Sedangkan pengujian yang dilakukan antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif menghasilkan *Flinier* sebesar 38,040 dengan taraf signifikan $p=0,000$ ($p<0,01$). Hal ini menyatakan jika konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif memiliki hubungan yang linier.

Hasil Uji Multikolinieritas

Pengujian multikolinieritas memiliki tujuan guna mengemukakan jika variabel independentt memiliki hubungan dalam bentuk model regresi. Uji multikolinieritas dilakukan menggunakan teknik regresi dan dapat diketahui dengan

melihat skor pada *Variance Inflation Factor (VIF)* yang menunjukkan angka <10 dan skor *tolerance* $>0,1$. Hal tersebut dapat dikatakan bebas dari multikolinieritas. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa uji multikolinieritas mendapatkan hasil skor *tolerance* sebesar 0,511 dengan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)* sebesar 1,958 yang memiliki arti nilai yang diperoleh kurang dari 10, sehingga diketahui jika tidak terdapat hubungan multikolinieritas terhadap kedua variabel bebas dengan model regresi.

Hasil Uji Hipotesis

Hasil uji hipotesis pertama yakni diperoleh R sebesar 0,545 dan F_{hitung} sebesar 30,349 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Kesimpulan dari hasil tersebut yaitu terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula. Hasil uji hipotesis kedua didapatkan r_{xy} -0,335, dengan signifikansi sebesar $p = 0,000$ yaitu ($p < 0,01$) yang artinya terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi Unissula. Hasil uji hipotesis ketiga didapatkan r_{xy} -0,139, dengan signifikansi sebesar $p = 0,095$ ($p > 0,01$) hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula.

Diskusi

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memiliki tiga hipotesis yang diuji. Hipotesis pertama yaitu, adanya hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang. Hipotesis pertama memperoleh hasil $R = 0,545$ dan F_{hitung} 30,349 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$) yang membuktikan jika hipotesis pertama diterima, yakni terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang.

Hasil penelitian ini memperkuat temuan sebelumnya yang telah dilakukan oleh Kusuma dan Afdliah (2012) yang menyatakan jika kepercayaan diri serta konformitas kelompok adalah suatu komponen dalam diri seseorang guna memperoleh penerimaan atas lingkungan sosialnya, sehingga mampu mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif. Hal ini selaras dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yakni demi pemenuhan keinginan seseorang untuk lebih percaya diri, berpenampilan modis dan kekinian mampu membuat seseorang untuk mengkonsumsi segala hal yang diidolakannya sehingga mampu memunculkan perilaku konsumtif yang berlebihan, tidak terkontrol, tidak realistis terhadap kebutuhan serta menghiraukan manfaat produk untuk menunjang gengsi.

Hipotesis kedua pada penelitian ini yaitu adanya hubungan yang negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang. Hasil dari uji korelasi parsial pada hipotesis kedua diperoleh r_{x1y} dengan signifikansi sebesar $-0,335$, $p=0,000$ ($p<0,01$), dan sumbangan efektif kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif yaitu sebesar $22,184\%$. Hasil penelitian membuktikan bahwa hipotesis kedua diterima, terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Kusuma dan Afdliah (2012) pada 88 responden mahasiswa Universitas Mulawarman Samarinda yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang negatif dan signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif skor $r_{x1y} = -0,220$ dan signifikansi $p = 0,026$ ($p>0,05$) yang artinya semakin tinggi kepercayaan diri maka semakin rendah perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah kepercayaan diri maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Hipotesis ketiga yaitu adanya hubungan antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang. Hasil uji korelasi parsial didapatkan r_{x1y} yaitu $-0,139$, dengan signifikansi $p=0,095$ ($p>0,01$), serta sumbangan efektif konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif yakni

sebesar 7,478 %. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga ditolak dan tidak terdapat hubungan antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang. Hipotesis ketiga dinyatakan ditolak karena adanya *social desirability bias* pada aitem, dimana aitem mengandung keinginan sosial yang umumnya dianggap baik oleh norma sosial. Di dalam skala konformitas kelompok terdapat aitem-aitem yang berisi terkait persepsi negatif masyarakat kepada individu yang terpengaruh oleh konformitas kelompok.

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.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti, sehingga mampu ditarik kesimpulan jika hipotesis pertama diterima, yaitu terdapat hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang. Sumbangan efektif dari variabel kepercayaan diri dan konformitas kelompok sebanyak 29,662% serta 70,338% dapat diakibatkan faktor lain diluar penelitian. Hipotesis kedua pada penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa terdapat hubungan negatif yang signifikan antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang, yang artinya hipotesis kedua diterima. Kepercayaan diri memberikan pengaruh efektivitas sebanyak 22,184% terhadap perilaku konsumtif. Sedangkan hipotesis ketiga pada penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa tidak ada hubungan antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif mahasiswa Bidikmisi Unissula Semarang, yang artinya bahwa hipotesis ketiga ditolak.

Daftar Pustaka

- Alfiatin, T., & Martaniah, S. M. (1998). Peningkatan kepercayaan diri remaja melalui konseling kelompok. *Psikologika: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Psikologi*, 3(6).
- Asri, A. (2017). Pengaruh kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babelan. *JPPP - Jurnal Penelitian Dan Pengukuran Psikologi*, 1(1), 197.
- Azwar, S. (2019). *Penyusunan skala psikologi* (Edisi Kedua). Pustaka Pelajar : Yogyakarta.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 1–14.
- Fromm, E. (1995). *Masyarakat yang sehat*. Yayasan Obor Indonesia.
- Kusuma, A. R., & Afdliah, R. (2012). Hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi Psikostudia*, 1(1), 17–30.
- Maharani, Y. D. L. (2019). *Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif dalam pembelian skincare Korea*. Universitas Negeri Jakarta.
- Mangkunegara, A. (2009). *Perilaku konsumen*. PT Refika Aditama.
- Ningsih, D. R. (2019). *Hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif dalam membeli produk fashion pada mahasiswa* [Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung]. http://repository.radenintan.ac.id/8443/1/SKRIPSI_FULL.pdf
- Nurizka, M. A. (2019). *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif produk make up pada siswi SMA N 2 Medan*. Universitas Medan Area.
- Santrock, J. W. (2007). *Adolescence*. McGraw-Hill Companies.
- Sarwono, S. W. (2002). *Psikologi remaja*. Rajawali Press.
- Sears, D. O., Freedman, J. L., & Peplau, L. A. (2003). *Psikologi sosial* (Edisi Kelima). Erlangga: Jakarta.
- Setiadi, D. N. J. (2018). *Perilaku konsumen* (Edisi Revi). PT. Prenada Media.
- Sudaryono, & Brillandy, R. P. (2015). Hubungan antara konformitas kelompok dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas

- Airlangga. *Jurnal Psikologi Kepribadian Dan Sosial*, 04, 52–59.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan (meneropong imbas pesan iklan televisi)*. Alfabeta.
- Yulia, S. (2014). *Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif hijabers Jakarta*. Universitas Esa Unggul.