

**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF SANTRI ASRAMA AR-ROUDLOH  
PONDOK PESANTREN PUTRI UTARA DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI**

**SKRIPSI**



Oleh:

IRMA RAMAYANTI

NIM: 17122110016

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
JULI 2021**

**PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF SANTRI ASRAMA AR-ROUDLOH PONDOK  
PESANTREN PUTRI UTARA DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.SoS)



Oleh:

IRMA RAMAYANTI

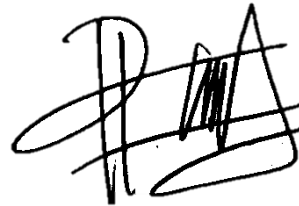
NIM: 17122110016

**PROGRAM STUDI BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
BLOKAGUNG BANYUWANGI  
JULI 2021**

## **PERSETUJUAN**

Skripsi dengan judul “Pengaruh Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi” yang ditulis oleh Irma Ramayanti ini, telah disetujui untuk diuji dalam forum ujian skripsi.

Banyuwangi, 28 Juli 2021  
Pembimbing


A handwritten signature in black ink, appearing to be 'M. Rizqon Al Musafiri', written in a stylized, cursive script.

M. Rizqon Al Musafiri, M.Pd  
NIPY. 3151629129101


## PENGESAHAN


Skripsi dengan judul "*Analisis Prophetic Parenting Dengan Model Pola Asuh Orang Tua Dalam Pembentukan Karakter anak usia dini di TK Pelita Bangsa, Bangko Pusako, Rokan Hilir*" yang ditulis oleh Nur Mifta Hurrohmah ini, telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi pada hari Minggu, 8 Agustus 2021 dan diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

### TIM PENGUJI

1. Ketua Penguji : M. Rizqon Al Musafiri, M.Pd.  .....  
3151629129101


2. Anggota:

a. Penguji I : Abd. Rahman, S.Ag., M.H  .....  
3150617077001

b. Penguji II : Masnida, M.Ag  .....  
3151706068901

Banyuwangi, 8 Agustus 2021



  
Agus Bathaqi, S.Ag., M.I.Kom.  
NIPY. 3150128107201

## ABSTRAK

Irma Ramayanti, 2021. Pengaruh Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi. Program Studi Bimbingan dan Konseling Islam Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Banyuwangi. Pembimbing M. Rizqon Al Musafiri, M.Pd

Kata Kunci: Konformitas Teman Sebaya, Perilaku Konsumtif

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada Santri Asrama Ar-Roudloh pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi. Sumartono mengatakan perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Secara pragmatis perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lainnya.

Dengan adanya kelompok referensi, pribadi akan mampu menentukan perilaku yang sesuai agar dapat bersosialisasi yang baik dengan lingkungannya sebagai bagian dari proses pembelajaran lingkungan. Oleh karena itu, pribadi akan cenderung untuk “ikut serta” dengan apa yang dilakukan kelompok referensinya, sehingga muncul konformitas atau perilaku ikut-ikutan.

Penelitian ini merupakan Penelitian Kuantitatif menggunakan penelitian korelasi sebab akibat. Populasi penelitian ini adalah seluruh santri asrama Ar-Roudloh yang berjumlah 66 santri, dengan sampel 57 santri. Untuk mengukur variabel, peneliti menggunakan kuesioner untuk pengaruh konformitas teman sebaya (X) dan perilaku konsumtif (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap gaya hidup konsumtif sesuai dengan analisis uji t yang menunjukkan bahwa nilai  $\rho_{0,000} < 0,05$  ( $t_{hitung} 23,670 > t_{tabel} 1,672$ ). Sedangkan hasil uji determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,911 yang artinya variabel dependen (perilaku konsumtif) bisa dijelaskan oleh variabel independen (konformitas teman sebaya) 91,1%. Dari analisis tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa menerima  $H_a$  dan menolak  $H_o$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam.

## ABSTRACT

Irma Ramayanti, 2021. The Influence of Peer Conformity on The Consumptive Behavior of Students of the Ar-Roudloh dormitory Putri Utara Darussalam Islamic Boarding School Blokagung Banyuwangi. Islamic Guidance and Counseling Study Program of Institute Agama Islam Darussalam Blokagung. Advisor M. Rizqon Al Musafiri, M.Pd

Key Words: Peer Conformity, Consumptive Behavior

This study aims to find out and analyze the influence between peer conformity to consumptive behavior in students Ar-Roudloh dormitory Putri Utara Darussalam Islamic Boarding School Blokagung Banyuwangi. Sumartono said consumptive behavior is behavior that is no longer based on rational considerations, but rather because of the desire that has reached an irrational level. Pragmatically consumptive behavior can be interpreted as an act of using an incomplete product. That is, not yet exhausted a product used, one has used the same type of product from another brand.

With the reference group, the person will be able to determine the appropriate behavior in order to socialize well with the environment as part of the environmental learning process. Therefore, the person will tend to "participate" with what the reference group does, so that conformity or follow-up behavior arises.

This research is quantitative research using cause and effect correlation research. The population of this study was all Ar-Roudloh dormitory students who numbered 66 students, with a sample of 57 students. To measure variables, researchers used questionnaires to influence peer conformity (X) and consumptive behavior (Y).

The results showed that peer conformity had a significant effect on consumptive lifestyles according to an analysis of t tests that showed that the value  $p$   $0.000 < 0.05$  ( $t_{hitung} 23,670 > 1,672$ ). While the result of determinant test ( $R^2$ ) of 0.911 which means dependent variable (consumptive behavior) can be explained by independent variable (peer conformitas) 91.1%. From the analysis, it can be concluded that accepting  $H_a$  and rejecting  $H_o$  means that there is a significant influence between peer conformity and consumptive behavior students Ar-Roudloh dormitory Putri Utara Darussalam Islamic Boarding School Blokagung Banyuwangi.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji pada Allah SWT., skripsi ini hanya bisa selesai semata karena rahmat, ridho dan kasih-Nya.

Sholawat dan salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW. yang menjadi teladan bagi umatnya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak, skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang tulus dan ikhlas kepada:

1. H. Ahmad Munib Syafa'at, Lc., M.E.I. selaku Rektor Institut Agama Islam Darussalam
2. Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom. selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
3. Halimatus Sa'diah, S.Psi. selaku Ketua Prodi Bimbingan dan Konseling Islam
4. M. Rizqon Al Musafiri, M.Pd selaku dosen pembimbing dalam penulisan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen dan jajaran staff Institut Agama Islam Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi.
6. Kedua orang tua dan keluarga selaku kelompok penjamin kesejahteraan jiwa dan raga penulis.
7. Ketua, pengurus dan warga asrama Ar-Roudloh yang telah mengizinkan dan bersedia menjadi responden penelitian penulis dalam skripsi ini.
8. Teman-teman mahasiswa Bimbingan dan Konseling Islam angkatan 2017, atas bantuan dan kerjasamanya.
9. Dan semua pihak baik secara langsung atau tidak langsung yang telah menyumbangkan tenaga dan pikirannya demi terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Tiada balas jasa yang dapat diberikan oleh penulis kecuali hanya do'a kepada Allah yang Maha Pemurah lagi Maha Pengasih, semoga kebaikan beliau semua mendapat balasan dari-Nya.

Tiada gading yang tak retak, tiada manusia yang sempurna. Demikian juga dengan skripsi ini, tentunya masih ada kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis berharap akan saran dan kritik yang konstruktif. Dan atas segala kekhilafan dalam penulisan skripsi ini penulis mohon maaf sebagai insan yang *dho'if*.

Akhirnya kepada Allah *Azza wa Jalla*, penulis kembalikan segala suatunya dengan harapan semoga skripsi ini tersusun dengan ridho-Nya serta dapat memberikan manfaat. *Amin Ya Robbal 'Alamin*.

Irma Ramayanti  
NIM: 1712110016



## DAFTAR ISI

HALAMAN Sampul .....	
HALAMAN Judul .....	
HALAMAN PERSETUJUAN .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
ABSTRAK .....	iii
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR TABEL .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	x
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN .....	xi
BAB I: PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	10
D. Manfaat Penelitian .....	10
1. Teoritis .....	10
2. Praktis .....	10
E. Ruang Lingkup Penelitian .....	11
1. Variabel Penelitian .....	11
2. Indikator Variabel .....	12
F. Definisi Operasional .....	14
G. Sistematika Penulisan .....	15
BAB II: KAJIAN PUSTAKA .....	17
A. Penelitian Terdahulu .....	17
B. Kajian Teori .....	21
1. Patologi Sosial .....	21
2. Psikologi Sosial .....	31
C. Kerangka Konseptual .....	36
D. Hipotesis .....	38
BAB III: METODE PENELITIAN .....	39
A. Jenis Penelitian .....	39
B. Populasi dan Sampel .....	40
C. Teknik Pengumpulan Data .....	43

D. Instrumen Penelitian .....	44
E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	47
F. Analisis Data .....	51
BAB IV: HASIL PENELITIAN .....	53
A. Deskripsi Data .....	53
1. Sejarah Singkat Berdirinya Asrama Ar-Roudloh .....	53
2. Profil Asrama .....	54
3. Visi dan Misi .....	54
4. Struktur Kepengurusan Asrama Ar-Roudloh .....	55
5. Daftar Ketua Kamar Dan Jumlah Warga.....	56
6. Aktifitas Santri Asrama Ar-Roudloh.....	56
B. Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	57
1. Uji Validitas.....	57
2. Uji Reliabilitas.....	59
3. Uji Normalitas .....	60
4. Uji Linearitas .....	61
5. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	63
BAB V: PEMBAHASAN .....	70
BAB VI: PENUTUP .....	76
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran .....	77
DAFTAR RUJUKAN .....	78
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN .....	
CEK PLAGIASI .....	
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	
RIWAYAT HIDUP .....	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian.....	19
Tabel 3.1 penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10% .....	42
Tabel 3.2 Skor Alternatif Jawaban.....	44
Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Konformitas .....	46
Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif .....	46
Tabel 3.5 Validitas Konformitas .....	48
Tabel 3.6 Validitas Perilaku Konsumtif.....	49
Tabel 4.1 Daftar Ketua Kamar dan Jumlah Warga .....	56
Tabel 4.2 Aktifitas Harian Santri Asrama Ar-Roudloh .....	56
Tabel 4.3 Aktifitas Mingguan Santri Asrama Ar-Roudloh.....	57
Tabel 4.4 Aktifitas Bulanan Santri Asrama Ar-Roudloh.....	57
Tabel 4.5 Keputusan Validitas (X).....	57
Tabel 4.6 Keputusan Validitas (Y).....	58
Tabel 4.7 Keputusan Reliabilitas (X).....	59
Tabel 4.8 Keputusan Reliabilitas (Y).....	59
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas .....	60
Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas .....	61
Tabel 4.11 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana .....	62
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	63
Tabel 4.13 Hasil Uji t.....	64
Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	65
Tabel 4.15 Tabel Penolong .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	37
--------------------------------------	----

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Transliterasi huruf Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0534b/U/1987.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf arab	Nama	Huruf latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	B	Be
ت	Tâ'	T	Te
ث	Sâ	Š	es (dengan titik atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Hâ'	ḥ	ha (dengan titik bawah)
خ	Khâ'	Kh	ka dan ha
د	Dâl	D	De
ذ	Zâl	ḏ	zet (dengan titik bawah)
ر	Râ'	ṛ	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sâd	ṣ	es (dengan titik bawah)
ض	Dâd	ḍ	de (dengan titik bawah)
ط	Tâ'	ṭ	te (dengan titik bawah)
ظ	Za'	ẓ	zet (dengan titik bawah)
ع	'Ain	'	koma terbalik atas
غ	Ghain	G	Ge
ف	Fâ'	F	Ef
ق	Qâf	Q	Qi
ك	Kâf	K	Ka
ل	Lâm	L	'el
م	Mîm	M	'em
ن	Nûn	N	'en
و	Wâwû	W	We
ه	Hâ'	H	Ha
ء	Hamz ah	'	Apostrof
ي	Yâ'	Y	Ya

## B. Konsonan Rangkap

Konsonan rangkap, termasuk tanda syaddah, ditulis rangkap.

Contoh : مُتَعَدِّدَةٌ ditulis muta‘addidah

## C. Ta‘marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan dibaca h, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti dengan kata sandang al), kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia, seperti shalat, zakat, dan sebagainya.

Contoh : جَمَاعَةٌ ditulis jamā'ah

2. Bila dihidupkan ditulis t

Contoh : كَرَامَةُ الْأَوْلِيَاءِ ditulis karāmatul-auliyā'

3. Bila ta‘marbutah hidup atau dengan harakat (fathah, kasrah, dan dhomah), ditulis t

4. Contoh : زَكَاةُ الْفِطْرِ ditulis zakātul fitri

## D. Vokal Pendek

Fathah ditulis a, kasrah ditulis i, dan dammah ditulis u.

## E. Vokal Panjang

A panjang ditulis ā, i panjang ditulis ī, dan u panjang ditulis ū, masing-masing dengan tanda hubung ( - ) di atasnya.

Contoh : جَاهِلِيَّةٌ ditulis jāhiliyah

كَرِيمٌ ditukis karīm

فُرُوضٌ ditulis furūd

## F. Vokal Rangkap

Fathah + ya` tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai, ditulis dan fathah + wāwu mati ditulis au.

Contoh: بينكم ditulis bainakum

قول ditulis qaulu

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

('). Contoh: مؤنث ditulis mu'annaś

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf qamariyah ditulis al

Contoh: القياش ditulis al-qiyā

2. Bila diikuti huruf syamsiyyah, huruf l (el) diganti dengan huruf syamsiyyah yang mengikutinya.

Contoh: الشمس ditulis as-syam

I. Penulisan Kata-Kata dalam Rangkaian Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau

2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut.

Contoh: الشيخ السلام ditulis Syaikh al-Islām atau Syakhul-Islām

J. Pengecualian

Sistem transliterasi tidak berlaku pada:

1. Konsonan kata Arab yang lazim pada bahasa Indonesia dan terdapat pada Kamus Bahasa Indonesia, seperti al-Qur'an, hadis, mazhab, syari'at, lafaz, dll.

2. Judul buku yang menggunakan kata Arab, namun sudah dilatinkan oleh penerbit, seperti judul buku al-Hijab, la Tahzan, dll.

3. Nama pengarang yang menggunakan nama Arab, tapi berasal dari negara yang menggunakan huruf latin, seperti Quraish Shihab, dll
4. Nama penerbit Indonesia yang menggunakan kata Arab, misalnya Mizan, Hidayah, dll.



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pondok pesantren merupakan sistem pendidikan agama islam yang tertua sekaligus merupakan ciri khas yang mewakili islam tradisional Indonesia yang eksistensinya telah teruji oleh sejarah dan berlangsung hingga kini. Pada mulanya merupakan sistem pendidikan islam yang dimulai sejak munculnya masyarakat islam di Indonesia. Munculnya masyarakat islam di Indonesia berkaitan dengan proses islamisasi, dimana proses islamisasi terjadi melalui pendekatan dan penyesuaian dengan unsur-unsur kepercayaan yang sudah ada sebelumnya, sehingga terjadi percampuran atau akulturasi. Saluran islamisasi terdiri dari berbagai cara antara lain melalui perdagangan, perkawinan, kebudayaan atau kesenian dan pondok pesantren.

Pesantren secara etimologi sendiri memiliki makna yang luas. Hal ini menandakan bahwa dari segi bahasa bahwa kata pesantren dapat diidentikkan sebagai istilah yang lahir dari rahim keragaman budaya nusantara. Namun demikian, untuk memudahkan pembahasan akan lebih lengkap jika pesantren dikaji dari perspektif terminologi yang dikemukakan oleh beberapa orang yang *expert*. Antara lain menurut Mastuhu, bahwa: Pesantren merupakan lembaga pendidikan tradisional Islam untuk mempelajari, memahami, mendalami, menghayati, dan mengamalkan ajaran Islam dengan menekankan pentingnya moral keagamaan sebagai pedoman perilaku sehari-hari<sup>1</sup>. Pondok Pesantren, Dayah, Surau, Meunasah, atau sebutan lain yang selanjutnya

---

<sup>1</sup> Mastuhu, *Dinamika Sistem Pendidikan Pesantren: Suatu Kajian Tentang Unsur dan Nilai Sisten Pendidikan Pesantren*, (Jakarta: INIS, 1994), 55.

disebut Pesantren adalah lembaga yang berbasis masyarakat dan didirikan oleh perseorangan, yayasan, organisasi masyarakat Islam, dan/ atau masyarakat yang menanamkan keimanan dan ketakwaan kepada Allah SWT, menyemaikan akhlak mulia serta memegang teguh ajaran Islam *rahmatan lil'alam* yang tercermin dari sikap rendah hati, toleran, keseimbangan, moderat, dan nilai luhur bangsa Indonesia lainnya melalui pendidikan, dakwah Islam, keteladanan, dan pemberdayaan masyarakat dalam kerangka Negara Kesatuan Republik Indonesia<sup>2</sup>. Pendidikan Pesantren adalah pendidikan yang diselenggarakan oleh Pesantren dan berada di lingkungan Pesantren dengan mengembangkan kurikulum sesuai dengan kekhasan Pesantren dengan berbasis kitab kuning atau dirasah islamiah dengan pola pendidikan muallimin<sup>3</sup>.

Membicarakan pesantren, Husein Nasr berpendapat, sebagaimana dikutip oleh Azyumardi Azra, bahwa Pesantren merupakan sebutan bagi dunia tradisional Islam. Maksudnya, pesantren merupakan dunia yang mewarisi dan memelihara kontinuitas tradisi Islam yang dikembangkan ulama' (kyai) dari masa ke masa, tidak terbatas pada periode tertentu dalam sejarah Islam<sup>4</sup>. Jika didasarkan pada hasil penelitian M. Yacub<sup>5</sup> diketahui bahwa pesantren memiliki peran yang sangat komprehensif. Yakni, selain menjalankan tugas utama pendidikannya, juga terlibat langsung dalam kegiatan pembangunan dan pemberdayaan khususnya pada masyarakat desa.

---

<sup>2</sup> Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2019, tentang Pesantren Bab 1 Pasal 1, 1.

<sup>3</sup> Undang-undang Republik Indonesia..., 2.

<sup>4</sup> Lihat Sambutan Azyumardi Azra dalam Jamaludin Malik, *Pemberdayaan Pesantren, Menuju kemandirian dan profesionalisme santri dengan metode daurah kebudayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren), xix-xxii.

<sup>5</sup> HM. Yacub, *Pesantren dan Pembangunan Masyarakat Desa*, (Bandung: Angkasa, 1985), 12-13.

Pembangunan yang meliputi bidang sosial, ekonomi, teknologi dan ekologi, beberapa pesantren telah turut mengangkat kehidupan masyarakat sekitarnya. Bahkan pesantren dengan ketokohan kyai dapat mempengaruhi lembaga desa.

Di dalam lembaga pendidikan pesantren ini terdapat seorang kiai (pendidik) yang mengajar dan mendidik para santri dengan sarana masjid yang digunakan untuk menyelenggarakan pendidikan tersebut. Selain itu juga didukung dengan adanya pondok yang merupakan tempat tinggal para santri. Dengan demikian, santri tidak kembali ke rumah untuk beristirahat setelah belajar, melainkan mereka kembali ke pondok (asrama) yang sudah disediakan yang mana para santri menerima pendidikan agama melalui metode pengajian, dan sepenuhnya berada di bawah kedaulatan dan bimbingan oleh seorang kiai. Perkembangan pondok pesantren didukung oleh mayoritas masyarakat Indonesia yang beragama islam serta keinginan setiap orang tua dalam memberikan pendidikan putra-putri kedalam lembaga pondok pesantren. Terbukti dengan banyaknya jumlah pondok pesantren di Indonesia, khususnya di Kabupaten Banyuwangi yang terdaftar memiliki 187 pondok pesantren, salah satunya Pondok Pesantren Darussalam Blokagung.

Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi merupakan lembaga pendidikan pesantren yang berada di daerah Banyuwangi Selatan wilayah Provinsi Jawa Timur yang sekarang dibawah pimpinan KH. A. Hisyam Syafaat. Meskipun pondok pesantren sepenuhnya berada dibawah kedaulatan dan bimbingan seorang kyai, tidak menutup kemungkinan bahwa santrinya tidak akan terbawa dengan perkembangan masa kini. Gaya berpenampilan dalam kehidupan konsumtif misalnya, kini banyak santri terjebak dalam

kehidupan konsumtif dengan rela mengeluarkan uangnya untuk menuruti segala keinginan bukan kebutuhan. Dalam kesehariannya santri menghabiskan uang mereka untuk membeli makanan, pakaian, hiburan dan sebagainya, karena cenderung para santri tidak menanamkan sifat untuk hidup hemat dan sifat produktif.

Dari berperilaku konsumtif akan menimbulkan nilai negatif yang lebih besar, seperti sifat boros yang hanya menghamburkan uang dan menuruti keinginan belanja dan keinginan semata, kesenjangan atau ketimpangan sosial, rasa iri, tidak suka di dalam lingkungannya berada dan tindakan kejahatan seperti seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya. Juga akan memunculkan orang-orang yang tidak produktif, yakni tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan<sup>6</sup>.

Sesungguhnya islam melarang untuk bersifat berlebihan seperti firman Allah dalam surat Q.S Al-Isra' ayat 27 dan ayat 31:

إِنَّ الْمُبَذِّرِينَ كَانُوا إِخْوَانَ الشَّيْطَانِ ط وَكَانَ الشَّيْطَانُ لِرَبِّهِ كَفُورًا ﴿٢٧﴾

Artinya: “*Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhannya*”<sup>7</sup>.

Sesungguhnya orang-orang yang menggunakan harta mereka dalam kemaksiatan, dan orang-orang yang menghambur-hamburkannya secara berlebihan (boros) adalah saudara- saudara setan. Mereka menaati segala apa yang diperintahkan para setan tersebut berupa sikap boros dan menghambur-

<sup>6</sup> Wahyudi. (2013). *Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mal Samarinda Central Plaza.* (e-Journal Sosiologi, 26 – 36, 2013), 4.

<sup>7</sup> Al-Qur’ān, 17:27

hamburkan harta, padahal setan itu sangat ingkar kepada Tuhannya, ia tidak beramal kecuali dengan amalan maksiat, dan tidak pula memerintahkan kecuali dengan perintah yang mengundang kemurkaan Tuhannya<sup>8</sup>.

وَلَا تَقْتُلُوا أَوْلَادَكُمْ خَشْيَةَ إِمْلَاقٍ نَحْنُ نَرْزُقُهُمْ وَإِيَّاكُمْ إِنَّ قَتْلَهُمْ كَانَ خِطْئًا

كَبِيرًا

Artinya: *“Dan janganlah kamu membunuh anak-anakmu karena takut kemiskinan. kamilah yang akan memberi rezki kepada mereka dan juga kepadamu. Sesungguhnya membunuh mereka adalah suatu dosa yang besar”*<sup>9</sup>

Hai anak Adam, kenakanlah pakaian yang menutupi aurat dan mempercantik penampilan kalian, yaitu pakaian yang bersih dan suci, ketika kalian menunaikan shalat dan melaksanakan tawaf. Makan dan minumlah apa saja yang baik yang dihalalkan Allah, tetapi jangan berlebih-lebihan dan jangan melampaui batasan yang wajar dalam hal itu. Dan jangan beralih dari yang halal menuju yang haram. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas-batas yang wajar<sup>10</sup>.

Perilaku konsumtif lebih cenderung terjadi pada masa remaja. Menurut Harvey A. Tilker dan Elizabeth B. Hurlock<sup>11</sup> mengatakan bahwa masa remaja adalah masa setelah pubertas yang rentangnya pada usia 12 hingga 15 tahun, sementara usia remaja mempunyai rentang usia pada 15 hingga 21 tahun.

<sup>8</sup> Al-Qarni, ‘Aidh, *Tafsir Muyassar*, (Jakarta: Qisthi Press, 2007), 232

<sup>9</sup> Al-Qur’ān, 17:31

<sup>10</sup> Al-Qarni, ‘Aidh, *Tafsir Muyassar*, (Jakarta: Qisthi Press, 2007), 232

<sup>11</sup> Elizabeth. B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. (Jakarta: Erlangga, 2003), 57

Remaja merupakan masa dimana manusia mengalami masa transisi, yakni masa yang berpindah masa kanak-kanak menuju masa dewasa, yang tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan tingkat perubahan fisik. Selama awal masa remaja, ketika perubahan fisik terjadi dengan pesat, perubahan perilaku dan sikap juga berlangsung dengan pesat<sup>12</sup>.

Perubahan yang dialami saat remaja memang tergolong cepat dan sangat berpengaruh yang mengharuskan seseorang berhadapan dengan penyesuaian terhadap beberapa hal baru yang ia rasakan sebagai dampak dari pertumbuhan. Kematangan ini selain ditandai dengan faktor biologis seperti meningkatnya kadar hormon seks dalam darah yang berdampak pada perubahan fisik berupa munculnya ciri-ciri primer dan sekunder, juga ada perubahan dalam psikologisnya seperti dinamika dalam bersosial. Remaja yang umumnya akan merasakan lebih ingin dekat dengan teman sejawat dari pada keluarganya, akan mendorong dirinya untuk terbuka terhadap teman-temannya termasuk apa yang ada di dalamnya, salah satunya adalah gaya dalam berpenampilan. Gaya dalam berpenampilan bisa dengan mudahnya mereka atur dengan berperilaku konsumtif yang dimana mereka akan lebih mementingkan keinginan mereka dibanding kebutuhannya. Terdapat dua faktor yang dapat mempengaruhi seorang remaja untuk berperilaku konsumtif, yaitu Faktor Internal dan faktor eksternal. Faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah motivasi, harga diri, observasi, proses belajar, kepribadian dan konsep diri. Sedangkan faktor

---

<sup>12</sup> Elizabeth. B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. (Jakarta: Erlangga, 2003), 58.

eksternal yang berpengaruh pada perilaku konsumtif individu adalah kebudayaan, kelas sosial, keluarga serta kelompok referensi.

Kelompok referensi dalam hal ini yakni teman sebaya yang menjadi patokan atau tolak ukur bagi para remaja dalam berperilaku konsumtif. Perkembangan kognisi dan emosi yang belum matang pada diri pribadi remaja menyebabkan pribadi tersebut belum mampu menentukan perilaku atau nilai yang sesuai dengan dirinya. Dengan adanya kelompok referensi, pribadi akan mampu menentukan perilaku yang sesuai agar dapat bersosialisasi yang baik dengan lingkungannya sebagai bagian dari proses pembelajaran lingkungan. Oleh karena itu, pribadi akan cenderung untuk “ikut serta” dengan apa yang dilakukan kelompok referensinya, sehingga muncul konformitas atau perilaku ikut-ikutan.

Perilaku ikut-ikutan atau dalam bahasa psikologinya konformitas, yaitu usaha penyesuaian diri seseorang dengan kelompoknya agar selaras dan dapat bersosialisasi dengan baik. Hal positif yang dapat diambil dari konformitas salah satu contohnya yakni dalam proses belajar. Seseorang akan menyesuaikan diri untuk giat dalam belajar ketika anggota kelompoknya yang lain telah mencapai pemahaman yang jauh atau nilai yang tinggi. Namun konformitas tidak selalu terhadap hal yang positif ada pula yang negatif. Perilaku ikut-ikutan yang negatif inilah yang tidak diperbolehkan oleh agama seperti firman Allah dalam surat Al-An'am ayat 116 dan 117<sup>13</sup>.

---

<sup>13</sup> Al-Qur'an, 6:116-117

وَإِنْ تُطِيعْ أَكْثَرَ مَنْ فِي الْأَرْضِ يُضِلُّوكَ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ إِنَّ يَتَّبِعُونَ إِلَّا الظَّنَّ

وَإِنَّ هُمْ إِلَّا تَخْرُصُونَ ﴿١١٦﴾ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ مَنْ يَضِلُّ عَنْ سَبِيلِهِ ۗ وَهُوَ أَعْلَمُ

بِالْمُهْتَدِينَ ﴿١١٧﴾

Artinya: “Dan jika kamu menuruti kebanyakan orang-orang yang di muka bumi ini, niscaya mereka akan menyesatkanmu dari jalan Allah. Mereka tidak lain hanyalah mengikuti persangkaan belaka dan mereka tidak lain hanyalah berdusta (terhadap Allah). Sesungguhnya Tuhanmu, Dialah yang lebih mengetahui tentang orang yang tersesat dari jalan-Nya dan Dia lebih mengetahui tentang orang-orang yang mendapat petunjuk”<sup>14</sup>.

Tafsir Al-Wajiz<sup>15</sup> Syaikh Prof. Dr. Wahbah az-Zuhaili, pakar fiqh dan tafsir negeri Suriah Dalam ayat ini, Allah Ta’ala mengingatkan nabi-Nya agar tidak mengikuti kebanyakan manusia, karena yang mereka ikuti hanyalah persangkaan belaka. Hal itu, karena agama mereka telah menyimpang, sebagaimana amal dan ilmu mereka pun telah menyimpang. Ayat ini menunjukkan bahwa banyaknya orang yang melakukan sesuatu bukanlah menjadi tolok ukur terhadap suatu kebenaran, dan menunjukkan bahwa sedikitnya orang yang menempuh tidaklah menunjukkan tidak berada di atas kebenaran, oleh karenanya para pengikut kebenaran adalah orang yang paling sedikit jumlahnya, namun paling tinggi kedudukan dan pahalanya di sisi Allah. Seperti dalam perdebatan mereka denganmu tentang masalah bangkai,

<sup>14</sup> Departemen Agama RI. 2009. *Al-Qur’an dan Terjemahnya*. (Jakarta: Axemedia Arkanleema).

<sup>15</sup> Al Zuhaili, Wahbah, 1982. *Tafsir Al Wajiz*. (Suriah, Darul Fikr, Terbitan Pertama), 143.



mereka berkata untuk menghalalkan bangkai, “Apa yang Allah matikan (bangkai) lebih berhak kamu makan daripada yang kamu matikan.” Seperti menghalalkan memakan apa yang telah diharamkan Allah dan mengharamkan apa yang telah dihalalkan Allah, menyatakan bahwa Allah mempunyai anak, dsb.

Wawancara awal yang dilakukan peneliti terhadap 7 orang remaja akhir berusia 19 hingga 21 tahun santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam pada bulan Maret 2021, menunjukkan bahwa remaja akhir cenderung berperilaku konsumtif. Hal tersebut dapat diketahui berdasarkan aspek-aspek perilaku konsumtif. Aktivitas setiap hari yang lebih banyak menghabiskan waktu dengan kegiatan pondok ataupun tugas sekolah dan kuliah membuat santri lebih tertarik akan hal-hal yang berbau kesenangan dan cenderung mengikuti temannya serta mengikuti tuntutan kelompok teman sebayanya. 5 dari 7 santri tersebut cenderung berperilaku konsumtif, hal ini disimpulkan berdasarkan 3 aspek dalam berperilaku konsumtif yaitu, *impulsive buying*, *wasteful buying*, dan *non rasional buying*.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini akan terfokus pada beberapa permasalahan, yang akan dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh antara konformitas teman sebaya (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi?

2. Faktor-faktor apakah yang mempengaruhi perilaku konsumtif (Y) pada Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara konformitas teman sebaya (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada Santri Asrama Ar-Roudloh pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif (Y) pada Santri Asrama Ar-Roudloh pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### **1. TEORITIS**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam mengembangkan keilmuan teori psikologi sosial dan patologi sosial.

#### **2. PRAKTIS**

- a) Bagi pengurus pesantren

Dengan penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan atau membantu pengasuh pondok pesantren, pengurus pondok, ketua kamar, dan pengurus lainnya dalam memperoleh informasi bahwa

antara konformitas teman sebaya mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif santri putri.

b) Bagi Santri Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung.

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman terhadap santri tentang perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh teman sebaya dan kelompoknya karena untuk menyesuaikan terhadap kelompok tersebut.

c) Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi terhadap penelitian selanjutnya dalam permasalahan yang dialami santri atau dalam mengembangkan keilmuan Psikologi sosial dan patologi sosialnya terlebih tentang konformitas dan perilaku konsumtif terhadap santri asrama Ar-Roudloh Pondok pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung khususnya.

## **E. Ruang Lingkup Penelitian**

### **1. Variabel Penelitian**

Variabel penelitian adalah suatu objek yang memiliki variasi tertentu antara objek satu dengan objek lainnya<sup>16</sup> yang dibagi menjadi dua, yakni variabel dependen dan variabel independen. Variabel Independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat), sedangkan variabel dependen

---

<sup>16</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016), 38

(terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas.<sup>17</sup>

Variabel penelitian yang sudah diketahui dari penelitian ini adalah Konformitas teman sebaya (X) sebagai variabel independen, serta Perilaku Konsumtif sebagai variabel dependen (Y) yang masing-masing memiliki indikator-indikator yang menjadi aspek-aspek penelitian. Hal ini akan lebih membantu dalam penelitian karena memberikan batasan-batasan pengertian tentang masing-masing variabel dalam kuesioner.

## 2. Indikator Variabel

### a. Konformitas teman sebaya

konformitas (*conformity*) adalah perubahan dalam perilaku atau *belief* sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau hanya berdasarkan imajinasi. konformitas adalah perubahan atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain saat menjadi bagian seleksi persahabatan.

Terdapat dua dasar pembentuk konformitas<sup>18</sup>, yaitu:

- Pengaruh sosial normatif (*normative social influence*), artinya penyesuaian diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan. Myers menambahkan bahwa dalam pengaruh ini individu berusaha untuk mematuhi standar norma yang ada di dalam kelompok. Apabila norma ini di langgar maka efeknya adalah penolakan ataupun pengasingan oleh kelompok pada individu<sup>19</sup>.

---

<sup>17</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016), 39

<sup>18</sup> David G Myers. *Psikologi Sosial Jilid 1*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2005), 132

<sup>19</sup> David G Myers. *Psikologi Sosial Jilid 1*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2005), 134

- Pengaruh sosial informasional (*normative social influence*), artinya adanya penyesuaian individu ataupun keinginan individu untuk memiliki pemikiran yang sama sebagai akibat dari adanya pengaruh menerima pendapat maupun asumsi pemikiran kelompok dan beranggapan bahwa informasi dari kelompok lebih kaya dari pada informasi milik pribadi, sehingga individu cenderung untuk konform dalam menyamakan pendapat atau sugesti.

b. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan.

Lina, dan Rosyid (1997)<sup>20</sup> menyatakan terdapat beberapa aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu;

- Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)

Impulsive, merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan ditempat pembelian. Tanpa memanfaatkan informasi yang ada seperti pertimbangan implikasi dan tindakan yang dibuat sebelum memutuskan untuk membeli.

- Pembelian berlebihan (*wasteful buying*)

Menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang

---

<sup>20</sup> Lina dan Rosyid "Perilaku Konsumtif berdasar *Locus of Control* pada remaja Putri", *Psikologika*, 4 (1997), 8.

menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

- Pembelian tidak rasional (*non rasional buying*)

Perilaku membeli yang tidak rasional. Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaanya terlebih dahulu. Pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.

## F. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah suatu definisi mengenai variabel yang yang dirumuskan berdasarkan karakteristik-karakteristik variabel yang dapat diamati<sup>21</sup>. Definisi operasional variabel merupakan pandangan mengenai pengertian atau istilah yang digunakan dalam penelitian. Definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

1. Konformitas teman sebaya

konformitas (*conformity*) adalah perubahan dalam perilaku atau *belief* sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau hanya berdasarkan imajinasi. konformitas adalah perubahan atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain saat menjadi bagian seleksi persahabatan.

2. Perilaku konsumtif

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang

---

<sup>21</sup> Azwar S. *Reliabilitas dan Validitas*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar 2011), 74

sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Secara pragmatis perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk yang tidak tuntas. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lainnya.

## **G. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

### **1. Bagian Awal**

Hal-hal yang termasuk dalam bagian awal adalah:

- a. Halaman Judul
- b. Halaman Persetujuan
- c. Halaman Pengesahan
- d. Abstrak
- e. Kata Pengantar
- f. Daftar Isi
- g. Daftar Tabel
- h. Daftar Gambar/Bagan
- i. Daftar Pedoman Transliterasi Arab-Latin

### **2. Bagian Inti**

Bab I: Pendahuluan yang isinya meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian berupa variabel penelitian dan indikator variabel, definisi operasional dan sistematika penulisan.

Bab II: Kajian Pustaka yang isinya meliputi penelitian terdahulu tentang konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif, kajian teori tentang pengertian konformitas teman sebaya, macam-macam dan faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas teman sebaya, pengertian perilaku konsumtif, aspek-aspek perilaku konsumtif, faktor-faktor perilaku konsumtif, kerangka konseptual dan hipotesis.

Bab III: Metode penelitian yang isinya pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, validitas dan reliabilitas instrumen, dan analisis data.

Bab IV: Hasil Penelitian (paparan data dan analisis) yang isinya paparan data atau deskripsi data, analisis dan pengujian hipotesis.

Bab V: Pembahasan berisi hasil penelitian tentang ada atau tidaknya pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Bab VI: Penutup berisi kesimpulan dan saran.

### **3. Bagian Akhir**

Bagian akhir ini berisi tentang:

- a. Daftar Rujukan
- b. Pernyataan Keaslian Tulisan
- c. Plagiat
- d. Lampiran-lampiran
- e. Riwayat Hidup



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai konformitas teman sebaya dan perilaku konsumtif telah banyak dilakukan. Salah satunya penelitian yang dilakukan Nimatus Solichah, dan Damajanti Kusuma Dewi, 2019. Mengenai “Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Fashion pada Mahasiswa”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk *fashion* pada mahasiswa. Penelitian menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik korelasi, instrumen penelitian yang digunakan adalah skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Data hasil penelitian ini kemudian dianalisis menggunakan uji korelasi *product moment* dengan bantuan SPSS 24.0 *for windows*. Hasil analisis antara konformitas dengan perilaku konsumtif menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,677 ( $r=0,667$ ). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion pada mahasiswa. Hubungan korelasi diantara keduanya bersifat positif, dimana semakin tinggi konsumtif, maka perilaku konsumtif akan tinggi pula, dan sebaliknya jika konformitas rendah maka perilaku konsumtif akan rendah.

Penelitian lain dilakukan oleh Putra Idham Perdana, dan Endah Mujiasih, S.Psi, MSi, 2017 mengenai “Hubungan antara Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif Membeli Pakaian pada Mahasiswa

Angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro”. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif membeli pakaian pada mahasiswi angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro. Dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling*, jumlah populasi keseluruhan dalam penelitian ini sebanyak 203 mahasiswi namun yang sesuai karakteristik terdapat 157 mahasiswi, didapat sampel sebanyak 64 mahasiswi untuk subjek uji coba dan 93 mahasiswi untuk subjek penelitian. Metode penggalan data dalam penelitian ini menggunakan skala perilaku Konsumtif dengan 39 aitem valid ( $\alpha = 0,950$ ) dan Skala Konformitas Teman Sebaya dengan 25 aitem valid ( $\alpha = 0,928$ ). Analisis data menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,476 dengan  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ) yang berarti ada hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif, 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.

Penelitian lain juga dilakukan oleh Indah Haryani dan Jhon Herwanto, 2015 dengan judul “Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui keterkaitan kontrol diri dan konformitas dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswi di UIN Suska Riau.

Penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala konformitas, kontrol diri dan perilaku konsumtif. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa jurusan akuntansi program studi S1 berjumlah 120 orang. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa jurusan akuntansi program studi S1 UIN Suska Riau, dengan koefisien korelasi  $R = 0,539$ ,  $F = 23,994$  dan  $p = 0,000 (p < 0,05)$ . Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa konformitas dan kontrol diri memiliki adjusted R squared sebesar 27,9% terhadap perilaku konsumtif dan sisanya sebesar 72,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada korelasi positif antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada mahasiswa.

**Tabel 2.2 Persamaan dan Perbedaan Penelitian**

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
1	Nimatus Solichah, dan Damajanti Kusuma Dewi, 2019	Dalam menentukan variabel X dan Y sama-sama meneliti konformitas dan perilaku konsumtif Jenis metode yang digunakan yakni metode penelitian kuantitatif	Bertujuan untuk mencari hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif, sedangkan peneliti bertujuan untuk mencari pengaruh antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif Analisis data menggunakan korelasi <i>product momen</i> , sedangkan peneliti menggunakan regresi linear sederhana Objek yang diteliti adalah mahasiswa, sedangkan peneliti adalah santri
	Putra Idham Perdana, dan Endah	Dalam penentuan skala sama-sama menggunakan skala konformitas teman	Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris hubungan antara konformitas

2	Mujiasih, S.Psi, MSi, 2017	sebayu dan perilaku konsumtif Analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan regresi linear sederhana	teman sebayu dengan perilaku konsumtif, sedangkan peneliti mempunyai tujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas teman sebayu terhadap perilaku konsumtif Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah <i>simple random sampling</i> sedangkan peneliti menggunakan <i>purposive sampling</i> Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan antara konformitas teman sebayu dengan perilaku konsumtif, sedangkan peneliti menunjukkan adanya pengaruh konformitas teman sebayu terhadap perilaku konsumtif
3	Indah Haryani dan Jhon Herwanto, 2015	Dalam menentukan variabel X dan Y sama-sama meneliti konformitas dan perilaku konsumtif Metode penelitian yang digunakan sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif Skala yang ditentukan sama-sama menggunakan skala konformitas dan skala perilaku konsumtif Analisis data yang digunakan sama-sama menggunakan analisis regresi linear	Penelitian ini menggunakan 3 variabel, sedangkan peneliti menggunakan 2 variabel Hasil analisis menunjukkan adanya hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif, sedangkan hasil analisis peneliti menunjukkan adanya pengaruh antara konformitas teman sebayu terhadap perilaku konsumtif Analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda, sedangkan peneliti menggunakan regresi linear sederhana

Sumber: Data Sekunder Diolah 2021.

## B. Kajian Teori

### 1. Patologi Sosial

Patologi Sosial adalah semua tingkah laku yang bertentangan dengan norma kebaikan, stabilitas lokal, pola kesederhanaan, moral, hak milik,

solidaritas kekeluargaan, hidup rukun bertetangga, disiplin, kebaikan dan hukum formal<sup>22</sup>.

Masalah-masalah sosial umumnya mengarah pada tiga macam, yaitu:

- a. Konflik dan kesenjangan, seperti kemiskinan, kesenjangan, konflik antar kelompok dan masalah sosial,
- b. Perilaku menyimpang, seperti kecanduan obat terlarang, gangguan mental, kejahatan, kenakalan remaja dan kekerasan pergaulan, serta
- c. Perkembangan manusia, seperti masalah keluarga, usia lanjut, kependudukan.

Pada dasarnya permasalahan penyakit masyarakat dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain:

- a. Faktor Keluarga

Faktor keluarga disini meliputi cara mendidik, perhatian dan interaksi dengan anak, juga keadaan ekonomi keluarga. Selain itu, bawaan gen tentang kombinasi atau tidak adanya gen-gen tersebut juga juga berpengaruh pada sifat anak tersebut.

- b. Faktor Lingkungan

Misalnya seseorang yang berada di lingkungan yang tidak baik seperti lingkungan orang-orang pemabuk, suka seks bebas, suka main judi dan senang berkelahi, maka seseorang tersebut juga berpotensi melakukan hal yang sama. Norma-norma (aturan-aturan) yang tidak ditegakkan dan disorganisasi sosial juga ikut menyumbang akan munculnya penyakit-penyakit sosial.

---

<sup>22</sup> Kartini Kartono. *Patologi Sosial 2*. ( Jakarta: Grafindo Persada, 2005), 70.

c. Faktor Pendidikan

Pendidikan, baik formal (pendidikan di sekolah) maupun non formal (pendidikan dalam keluarga atau lingkungan) merupakan modal utama sebagai pendekatan kepada seseorang untuk memberikan pemahaman dan internalisasi nilai-nilai yang dapat memberikan ketegasan arah. Jika pendidikan kurang, maka kecakapan dalam beberapa hal pun akan kurang, seperti kecakapan dalam menentukan yang baik dan benar, bernalar kritis dan lainnya.

Salah satu permasalahan dalam patologi sosial adalah perilaku konsumtif yang memang pada dasarnya mempunyai unsur merusak. Tentunya, mengkonsumsi merupakan hal yang wajar sebagai pemenuhan atas kebutuhan tertentu dengan tujuan tertentu, namun perilaku konsumtif berbeda dengan mengkonsumsi. Kata “konsumtif” (sebagai kata sifat; lihat akhiran -if) sering diartikan sama dengan kata “konsumerisme”. Padahal kata yang terakhir ini mengacu pada segala sesuatu yang berhubungan dengan konsumen. Sedangkan konsumtif lebih khusus menjelaskan keinginan untuk mengkonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan yang maksimal<sup>23</sup>.

Perilaku konsumtif adalah perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak rasional lagi. Secara pragmatis perilaku konsumtif dapat diartikan sebagai suatu tindakan memakai produk

---

<sup>23</sup> Tambunan, R, *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. 2001

yang tidak tuntas<sup>24</sup>. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lainnya. Atau dapat disebutkan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang yang memakai barang tersebut. Perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk menggunakan konsumsi tanpa batas dan manusia lebih mementingkan faktor keinginan daripada kebutuhan. Perilaku konsumtif merupakan tindakan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperhitungkan sehingga sifatnya menjadi berlebihan<sup>25</sup>.

Perilaku konsumtif ditandai oleh adanya kehidupan mewah dan berlebihan. Penggunaan segala hal yang dianggap paling mahal yang memberikan kepuasan dan kenyamanan fisik sebesar besarnya serta adanya pola hidup manusia yang dikendalikan dan didorong oleh semua keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata-mata<sup>26</sup>. Perilaku konsumtif dicerminkan dalam perilaku konsumen. Perilaku konsumtif adalah aksi yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pemakaian, dan pengaturan produk dan jasa, termasuk proses pemutusan yang mendahulukan dan mengikuti aksi ini.

Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying unit*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui seseorang dalam mencari

---

<sup>24</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi.* (Bandung: Alfabeta, 2002), 117.

<sup>25</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi...*, 118

<sup>26</sup> Lina dan rosyid "Perilaku Konsumtif berdasar *Locus of Control* pada remaja Putri", *Psikologika*, 4 (1997), 7.

membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan bertindak pasca konsumsi produk, jasa maupun ide yang diharapkan bisa memenuhi kebutuhannya. Dari pendapat-pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah tingkah laku seseorang untuk memenuhi kebutuhan karena adanya keinginan yang harus dipenuhi guna dipuaskan dengan cara membeli barang dan jasa. Sedangkan perilaku konsumtif sendiri didefinisikan sebagai suatu kecenderungan manusia yang melakukan konsumsi tiada batas, dimana manusia lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan. Sifat konsumtif adalah kecenderungan hidup dengan keinginan membeli barang-barang yang kurang atau tidak diperlukan sehingga sifatnya menjadi berlebihan. Manusia menjadi lebih mementingkan faktor keinginan (*want*), dan cenderung dikuasai hasrat duniawi dan kesenangan materi semata.

Dari pengertian diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumtif adalah suatu perilaku yang didasarkan atas kesenangan semata dengan mendahulukan keinginan daripada kebutuhan untuk mendapatkan kepuasan tanpa ada batasan. Kecenderungan munculnya perilaku konsumtif terjadi dikalangan remaja. Realitas menunjukkan bahwa perilaku konsumtif sangat dominan terjadi dikalangan remaja. Remaja salah satu golongan dalam masyarakat yang tidak lepas dari konsumtivisme dan merupakan bagian dalam masyarakat yang mengkonsumsi produk pasaran, maka tak heran jika mereka menjadi sasaran berbagai produk pemasaran perusahaan.



Lina, dan Rosyid (1997) menyatakan terdapat beberapa aspek-aspek perilaku konsumtif yaitu<sup>27</sup>;

a. Pembelian Impulsif (*impulsive buying*)

Impulsive, merupakan perilaku membeli konsumen semata-mata karena didasari oleh hasrat yang tiba-tiba dan dilakukan tanpa melalui pertimbangan dan perencanaan serta keputusan ditempat pembelian. Tanpa memanfaatkan informasi yang ada seperti pertimbangan implikasi dan tindakan yang dibuat sebelum memutuskan untuk membeli.

b. Pembelian berlebihan (*wasteful buying*)

Menggambarkan pemborosan sebagai salah satu perilaku membeli yang menghambur-hamburkan banyak uang tanpa didasari adanya kebutuhan yang jelas.

c. Pembelian tidak rasional (*non rasional buying*)

Perilaku membeli yang tidak rasional. Suatu perilaku dalam mengkonsumsi dikatakan tidak rasional jika konsumen tersebut membeli barang tanpa dipikirkan kegunaanya terlebih dahulu. Pembelian yang dilakukan bukan karena kebutuhan, tetapi karena gengsi agar dapat dikesan sebagai orang yang modern atau mengikuti mode.

Ciri-ciri orang yang berperilaku konsumtif adalah seseorang membeli suatu karena penawaran hadiah, membeli karena kemasannya menarik, membeli karena menjaga penampilan diri dan gengsi, membeli

---

<sup>27</sup> Lina dan Rosyid "Perilaku Konsumtif berdasar *Locus of Control* pada remaja Putri". *Psikologika*, 4 (1997), 8.

karena program potongan harga, membeli karena pengaruh model yang mengiklankan barang, membeli karena untuk meningkatkan rasa percaya diri, membeli lebih dari dua barang yang sama dengan merek berbeda.

Selain aspek dalam perilaku konsumtif, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu<sup>28</sup>:

1) Faktor Internal

- Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, begitu pula dalam perilaku konsumtif. Motivasi merupakan pendorong untuk seseorang melakukan pembelian barang atau penggunaan jasa yang telah tersedia di pasar.

- Harga diri

Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Seseorang dengan harga diri rendah akan cenderung lebih mudah terpengaruhi dibandingkan dengan seseorang yang harga dirinya tinggi

- Pengamatan/observasi

Seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, ia akan mendasarkan keputusannya pada pengamatan atau observasi terhadap produk tersebut. Pengamatan atau observasi yang dilakukan berdasarkan pengalaman individu dalam membeli produk yang dapat memberikan kesenangan dan memunculkan dorongan untuk mengulangi dalam pembelian produk tersebut.

---

<sup>28</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan : Menepi Imbas Pesan Iklan Televisi.* (Bandung: Alfabeta, 2002), 125

- Proses belajar

Dalam perilaku konsumtif pembelian yang dilakukan oleh konsumen juga merupakan rangkaian proses belajar. Hal ini berdasarkan pengalaman individu yang merasa puas dengan suatu produk, dari pengalaman tersebut menjadikan pembelajaran konsumen untuk mengkonsumsi produk yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan yang dirasakannya.

- Kepribadian

Kepribadian merupakan ciri atau sifat yang ada dalam keseluruhan hidup seseorang, yang meliputi kecenderungan emosional, dan pola tingkah laku. Dalam perilaku konsumtif, kepribadian berfungsi dalam pengambilan keputusan untuk pembelian suatu produk.

- Konsep diri

Konsep diri merupakan cara pandang remaja terhadap dirinya sendiri. Seseorang yang memandang dirinya positif akan bisa menerima dirinya baik kekurangan maupun kelebihan, menghargai dirinya dan menerima perbedaan dengan orang lain, sehingga tidak akan menjadi suatu masalah jika dia tidak memiliki barang seperti yang dimiliki oleh teman-temannya.

2) Faktor eksternal.

- Kebudayaan

Semakin tinggi permintaan barang di pasar, semakin konsumtif cara hidup dan kebiasaan dalam suatu kebudayaan untuk membeli

suatu produk. Kebudayaan yang tercermin dalam kebiasaan dan tindakan dalam permintaan bermacam-macam barang di pasar sangat mempengaruhi konsumen.

- Kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok yang terdiri atas sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat, menampilkan perilaku yang mirip dan memberikan perbedaan dalam gaya hidup. Interaksi dalam kelas sosial akan berpengaruh kepada seseorang dalam perilaku konsumtif dan berpengaruh langsung pada pendapat dan selernya, sehingga dari interaksi tersebut akan mempengaruhi pemilihan produk atau merek barang.

- Kelompok referensi

kelompok referensi lebih kuat pengaruhnya pada seseorang karena akan membentuk kepribadian dan perilaku seseorang. Peran kelompok referensi yang besar dapat mendorong individu untuk mengkonsumsi produk yang sama secara terus menerus sehingga memungkinkan munculnya kecenderungan perilaku konsumtif pada kelompoknya.

- Keluarga

Keluarga besar pengaruhnya terhadap pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukannya keyakinan dalam menetapkan keputusan konsumen. Keluarga

yang memiliki kecenderungan perilaku konsumtif akan memunculkan individu yang berperilaku konsumtif pula.

Semua hal yang dilakukan pastilah akan memiliki dampak, baik itu positif ataupun negative, begitu pula dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif memiliki beberapa dampak, antara lain dampak ekonomi, dampak psikologis, dan dampak sosial yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Dampak ekonomi dari perilaku konsumtif diantaranya dapat menimbulkan masalah keuangan pada keluarga. Jika individu berasal dari keluarga mampu, dampak ekonomi ini mungkin tidak akan dirasakan. Namun, dampak ini akan menjadi masalah, jika individu berasal dari keluarga biasa atau kurang mampu. Individu akan mengalami kesulitan dalam mengelola pengeluaran keuangan sehari-hari. Permasalahan ini akan menjadi bertambah besar jika individu mencari tambahan pendapatan dengan menghalalkan segala cara. Mulai dari menambah jam bekerja di luar jam belajar sampai larut malam, bahkan sampai rela melakukan pekerjaan tidak halal
2. Dampak psikologis dari gaya hidup konsumtif adalah dapat menyebabkan pelaku gaya hidup konsumtif mengalami *compulsive* pelaku gaya hidup konsumtif tidak menyadari dirinya terjebak dalam sebuah siklus yang tidak dapat membedakan antara keinginan dan kebutuhan, sehingga pada akhirnya akan berdampak menjadi boros dan menghambur-hamburkan uang. Hal ini mungkin tidak akan menjadi masalah besar bagi individu yang dapat memenuhi gaya hidupnya.

Namun, bagi individu yang tidak dapat memenuhinya, hal ini akan berdampak individu menjadi malu karena merasa tidak sejajar dengan teman-temannya, percaya diri menurun karena individu merasa tidak se-level dengan teman-teman sekelompoknya. Jika individu sudah sampai pada tahap ini, tentunya juga akan berdampak bagi pendidikan individu. Mulai dari nilai menjadi tidak baik karena individu segan untuk bertanya dengan temannya, bahkan sampai dapat *drop out* atau individu pindah tempat belajar karena merasa tidak nyaman

3. Dampak sosial dari konsumtif adalah dapat menciptakan kesenjangan antar sesama. Selain itu, individu dapat menarik diri dan tidak ingin bergaul dengan teman sekelompoknya karena merasa tidak dapat memenuhi gaya hidup seperti temantemannya. Dampak ini akan menjadi bertambah besar jika teman-temannya yang mengucilkan atau menjauhi individu tersebut sehingga individu merasa sendiri dan terkucilkan

Selain dampak-dampak yang sudah dijelaskan di atas, sumber lain juga menjelaskan beberapa dampak negatif dari perilaku konsumtif, diantaranya adalah:

1. Sifat boros, yang hanya menghambur hamburkan uang dalam arti hanya menuruti nafsu belanja dan keinginan semata.
2. Kesenjangan atau ketimpangan sosial, artinya dikalangan masyarakat terdapat kecemburuan, rasa iri, dan tidak suka didalam lingkungannya dia berada.

3. Tindakan kejahatan, artinya seseorang menghalalkan berbagai cara untuk mendapatkan barang yang diinginkannya.
4. Akan memunculkan orang-orang yang tidak produktif, dalam arti tidak dapat menghasilkan uang melainkan hanya memakai dan membelanjakan.

## 2. Psikologi sosial

Psikologi sosial adalah cabang ilmu psikologi yang mempelajari secara menyeluruh tentang hakikat dan sebab-sebab perilaku individu dalam lingkungan sosial<sup>29</sup>. Fokus utama psikologi sosial adalah pada pemahaman mengenai bagaimana dan mengapa individu berperilaku, berpikir dan memiliki perasaan tertentu dalam konteks situasi sosial.

Dalam kehidupan bermasyarakat terdapat berbagai macam proses interaksi sosial yang dibedakan dalam 3 (tiga) pola hubungan yaitu:

- a. Interaksi yang terjadi bila seorang individu berhubungan dengan orang lain (antar individu). Orang lain dimaksud dapat hadir secara nyata maupun berupa pilihan alternatif-alternatif saja.
- b. Interaksi yang terjadi karena hubungan individu dengan kelompok. Contoh kepemimpinan, yaitu terjadinya hubungan timbal balik antara pemimpin dengan anggota kelompok dalam sebuah organisasi.
- c. Interaksi yang terjadi karena hubungan antar kelompok (2 orang atau lebih) seperti kerjasama regional, internasional dan sebagainya.

Individu dalam bertindak laku atau selalu melibatkan kesadaran bahwa mereka berada dalam kelompok-kelompok sosial tertentu,

---

<sup>29</sup> David G Myers. *Psikologi Sosial Jilid 1*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 12.

menduduki jabatan tertentu dan berada dalam suatu lingkungan tertentu pula. Maka tidak heran lagi jika seseorang mudah mengikuti kelompoknya hanya untuk mendapatkan pengakuan semata. Dalam psikologi sosial disebut dengan konformitas. konformitas adalah suatu jenis pengaruh sosial di mana individu mengubah sikap dan tingkah laku mereka agar sesuai dengan norma sosial yang ada<sup>30</sup>. Orang menampilkan konformitas karena mereka menggunakan informasi yang mereka peroleh dari orang lain, karena takut menjadi orang yang menyimpang. Namun, biasanya orang akan segera kembali pada pola perilaku lama bila otoritas atau kelompok yang berpengaruh tidak ada lagi.

Konformitas (*conformity*) adalah perubahan dalam perilaku atau *belief* sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau hanya berdasarkan imajinasi. konformitas adalah perubahan atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain saat menjadi bagian seleksi persahabatan<sup>31</sup>. Menurut Cialdini & Goldstein *conformity* (konformitas) adalah tendensi untuk mengubah keyakinan atau perilaku seseorang agar sesuai dengan perilaku orang lain<sup>32</sup>

Berdasarkan pendapat diatas, dapat dimaknai bahwasanya konformitas adalah perubahan sikap dan perilaku yang terjadi pada diri seseorang karena adanya tekanan untuk menyesuaikan dirinya dengan norma dan etika sosial yang ada pada orang lain atau pada sebuah

---

<sup>30</sup> Baron, R.A. dan Byrne, D. *Psikologi Sosial*. Edisi kesepuluh: jilid 2. (Jakarta: Erlangga, 2005), 53

<sup>31</sup> David G Myers. *Psikologi Sosial Jilid 1*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 252

<sup>32</sup> Taylor, dkk 2002



kelompok sehingga dirinya dapat diterima sebagai salah satu dari anggota kelompok dan merasa tidak diasingkan

Bentuk konformitas ada tiga macam<sup>33</sup>, yaitu :

- 1) Pemenuhan (*compliance*), yakni terkadang kita melakukan konformitas sesuai dengan tekanan sosial tanpa benar-benar mempercayai apa yang sedang kita lakukan. Misalnya saja kita menggunakan kalung dan gaun, padahal kita sendiri tidak menyukai hal yang kita lakukan.
- 2) Kepatuhan (*obedience*), yaitu bertindak sesuai dengan perintah langsung.
- 3) Penerimaan (*acceptance*), yaitu bentuk konformitas yang dilakukan individu dengan cara menyamakan sikap, keyakinan pribadi, maupun perilakunya di depan publik dengan norma atau tekanan kelompok karena telah dapat mempercayai apa yang telah orang lain yakinkan padanya. Misalnya kita mau mengkonsumsi susu karena kita diyakinkan bahwa susu sangat bernutrisi.

Faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk konform<sup>34</sup> adalah:

- a) *Group size* atau ukuran kelompok, semakin besar jumlah anggota kelompok, semakin besar pula pengaruhnya terhadap individu.
- b) *Cohesion* atau kohesivitas, merupakan perasaan yang dimiliki oleh anggota dari kelompok dimana mereka merasa ada ketertarikan dengan kelompoknya. Myers menambahkan semakin seseorang

---

<sup>33</sup> David G Myers. *Psikologi Sosial Jilid 1...* 266

<sup>34</sup> David G Myers. *Psikologi Sosial Jilid 1*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 121

memiliki kohesif dengan kelompoknya maka semakin besar pengaruh dari kelompok pada individu tersebut<sup>35</sup>.

- c) *Status*, dalam sebuah kelompok bila seseorang memiliki pengaruh yang lebih besar sedangkan orang yang memiliki status yang rendah cenderung untuk mengikuti pengaruh yang ada.
- d) *Public Response* atau respon umum, ketika seseorang diminta untuk menjawab secara langsung pertanyaan di hadapan publik, individu cenderung akan lebih konform dari pada individu tersebut diminta untuk menjawab dalam bentuk tulisan.
- e) *No Price Comitment* atau komitmen sebelumnya, seseorang yang sudah memutuskan untuk memiliki pendiriannya sendiri akan cenderung mengubah pendiriannya di saat individu tersebut di pertunjukkan pada adanya aspek tekanan sosial.

Faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas menurut Baron & Byrne<sup>36</sup> ada 3, antara lain:

#### 1. Kohensivitas

Kohensivitas merupakan derajat ketertarikan yang dirasa oleh individu terhadap suatu kelompok. Dikatakan mempunyai kohensivitas tinggi ketika kita suka dan mengagumi suatu kelompok orang tertentu, maka tekanan untuk melakukan konformitas akan semakin tinggi. Sebaliknya, ketika kohensivitas rendah, maka tekanan untuk melakukan konformitas rendah. Untuk

---

<sup>35</sup> David G Myers. *Psikologi Sosial Jilid 1*...127

<sup>36</sup> Baron, R.A. dan Byrne, D. *Psikologi Sosial*. Edisi kesepuluh: jilid 2. (Jakarta: Erlangga, 2005), 56-67

apa mengubah tingkah laku kita untuk menjadi seperti kelompok orang tertentu yang tidak benar-benar disukai.

## 2. Ukuran kelompok

Konformitas meningkat apabila ukuran kelompok meningkat. Studi-studi terkini menunjukkan bahwa konformitas meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran kelompok hingga delapan orang tambahan bahkan lebih. Maka dari itu, semakin besar kelompok, maka semakin besar pula kecenderungan individu untuk ikut serta, meskipun individu tersebut menerapkan tingkah laku yang berbeda dengan yang sebenarnya ia inginkan.

## 3. Norma Sosial Deskriptif dan Norma Sosial *Injungtif*

Norma deskriptif adalah norma yang hanya mendeskriptifkan apa yang sebagian besar orang lakukan pada situasi tertentu. Norma deskriptif mempengaruhi tingkah laku dengan cara memberitahu kita mengenai apa yang umumnya dianggap efektif atau adaptif. Sedangkan norma injungtif menetapkan apa yang harus dilakukan tingkah laku apa yang diterima atau tidak pada situasi tertentu.

Terdapat dua dasar pembentuk konformitas<sup>37</sup>, yaitu:

- Pengaruh sosial normatif (*normative social influence*), artinya penyesuaian diri dengan keinginan atau harapan orang lain untuk mendapatkan penerimaan. Myers menambahkan bahwa dalam pengaruh ini individu berusaha untuk mematuhi standar norma yang ada di dalam kelompok. Apabila norma ini di langgar maka efeknya

---

<sup>37</sup> David G Myers. *Psikologi Sosial Jilid 1*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2005), 132

adalah penolakan ataupun pengasingan oleh kelompok pada individu<sup>38</sup>.

- Pengaruh sosial informasional (*normative social influence*), artinya adanya penyesuaian individu ataupun keinginan individu untuk memiliki pemikiran yang sama sebagai akibat dari adanya pengaruh menerima pendapat maupun asumsi pemikiran kelompok dan beranggapan bahwa informasi dari kelompok lebih kaya dari pada informasi milik pribadi, sehingga individu cenderung untuk konform dalam menyamakan pendapat atau sugesti.

### C. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian adalah suatu hubungan atau kaitan antara konsep satu terhadap konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti<sup>39</sup>. Kerangka konsep ini gunanya untuk menghubungkan atau menjelaskan secara panjang lebar tentang suatu topik yang akan dibahas. Kerangka ini didapatkan dari konsep ilmu/teori yang dipakai sebagai landasan penelitian yang didapatkan pada tinjauan pustaka atau kalau boleh dikatakan oleh peneliti merupakan ringkasan dari tinjauan pustaka yang dihubungkan dengan garis sesuai variabel yang diteliti.

Secara ringkas, kerangka konseptual penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara variabel dependen (X) dan independen (Y). Berawal dari masalah yang terjadi di asrama Ar-Roudloh yaitu santri yang mencari kesenangan dengan mengkonsumsi berlebihan mulai dari makanan ataupun

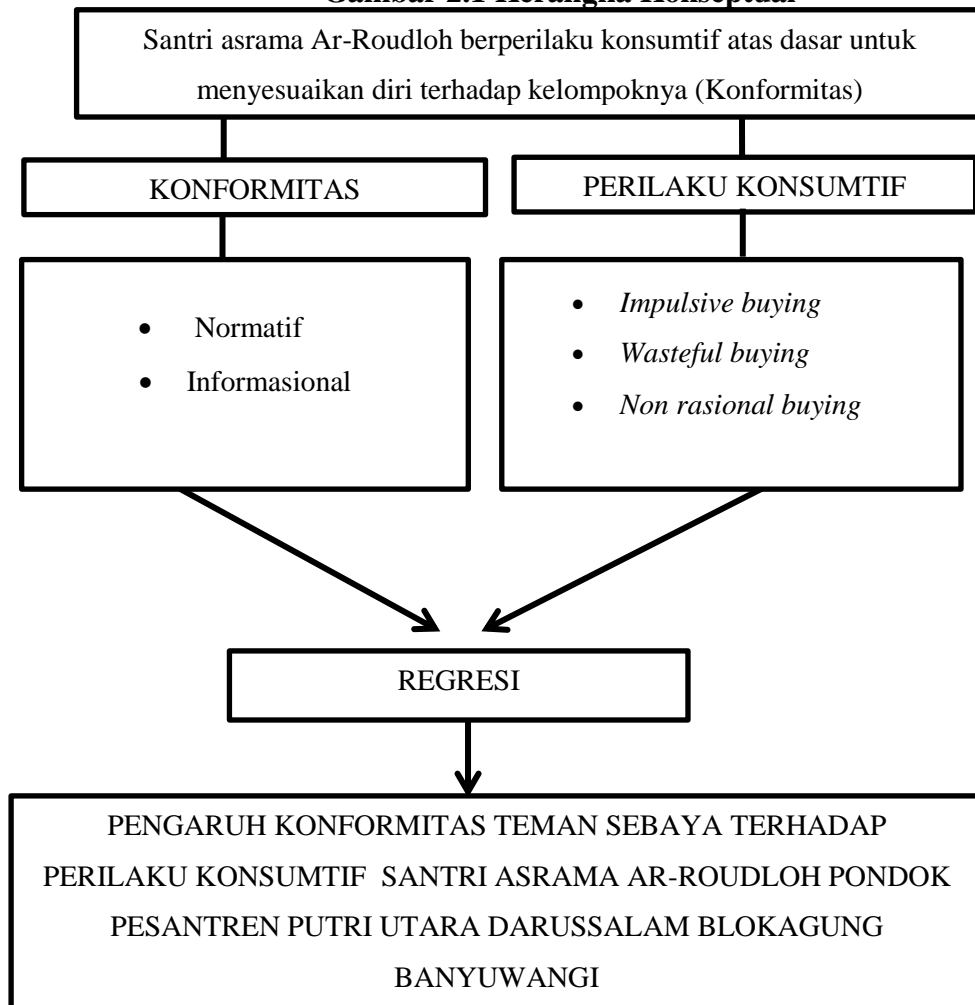
---

<sup>38</sup> David G Myers. *Psikologi Sosial Jilid 1*. (Jakarta: Salemba Humanika, 2005), 134

<sup>39</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016), 60

pakaian, yang dimana perilaku tersebut untuk menyesuaikan terhadap kelompoknya. Dalam hal ini terdapat dua variabel yang mempunyai masing-masing indikator, yaitu perilaku konsumtif dengan 3 aspek yang dimiliki (*impulsive buying*, *wasteful buying*, dan *non rasional buying*) dan konformitas memiliki 2 aspek (normatif dan informasional). Dengan alat analisis regresi sederhana. Sesuai dengan masalah dalam objek penelitian, maka ditentukanlah sebuah judul yang akan diteliti yakni pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi.

**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**



#### D. Hipotesis

Hipotesis adalah dugaan sementara yang diajukan seorang peneliti ulang berupa pernyataan-pernyataan untuk diuji kebenaran. Apa yang dilakukan oleh seorang peneliti dalam penelitian adalah melakukan pembuktian hipotesis<sup>40</sup>. Ada dua macam hipotesis, yaitu hipotesis nol ( $H_0$ ), yakni hipotesis yang menyatakan tidak adanya pengaruh antar variabel, dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ), yakni hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh antar variabel. Berdasarkan judul penelitian dan kerangka konseptual diatas, maka dirumuskanlah hipotesis sebagai berikut:

Ha: Konformitas teman sebaya mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi

Ho: Konformitas teman sebaya tidak mempunyai pengaruh terhadap perilaku konsumtif pada santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi.

---

<sup>40</sup> Tulus Winarsunu, *Statistik Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan* (Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang, Malang 2002) 10

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yakni metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan<sup>41</sup>. Sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan, yakni bagaimana pengaruh antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri, maka diperlukannya data yang signifikan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas/independen (konformitas teman sebaya) terhadap variabel terikat/dependen (perilaku konsumtif santri).

Dari jenis masalah yang dikaji, penelitian ini merupakan penelitian korelasi (*correlation*), yang bertujuan untuk mengetahui ada dan tidaknya hubungan atau pengaruh antara dua variable atau lebih. Korelasi terbagi menjadi dua jenis, yaitu korelasi sejajar dan korelasi sebab akibat. Dalam korelasi sejajar keadaan variable pertama dengan kedua tidak terdapat hubungan sebab akibat, tetapi dicari alasan mengapa diperkirakan ada hubungan. Sedangkan korelasi sebab akibat dimana variabel pertama

---

<sup>41</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016), 8

berpengaruh terhadap variabel kedua, korelasi ini dapat juga disebut penelitian pengaruh<sup>42</sup>.

Penelitian ini menggunakan penelitian korelasi sebab akibat dengan menggunakan rumus regresi linear sederhana, sesuai dengan masalah yang telah dijelaskan, maka dengan rumus ini diharapkan bisa mengetahui apakah terdapat pengaruh antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri.

## **B. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek/obyek yang mempunyai karakteristik tertentu dan kualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk difahami dan kemudian ditarik kesimpulannya<sup>43</sup>. Sedangkan sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. terdapat dua teknik sampling yang dapat digunakan, yaitu *Probability Sampling* dan *Non Probability Sampling*<sup>44</sup>. *Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel, teknik ini meliputi *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluser)*. Sedangkan *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel, teknik sampel ini meliputi, *sampling sistematis*, *kuota*, *aksidental*, *purposive*, *jenuh*, *snowball*.

---

<sup>42</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 171

<sup>43</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016), 80

<sup>44</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*...82



Populasi dalam penelitian ini yakni santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam yang berjumlah 73 santri sesuai *database*. Sampel dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling*, teknik pengambilan sampel dengan tidak berdasarkan random, daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu<sup>45</sup>. Sample dalam penelitian ini diambil sebanyak 62 santri dari 73 populasi yang dipilih dengan menggunakan rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 5%, yaitu<sup>46</sup>:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

(Akdon, 2008:107)

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e<sup>2</sup> : presensi yang di tetapkan

$$n = \frac{66}{1+66.(0,05)^2}$$

$$n = \frac{66}{1,165} = 56,65$$

Dibulatkan menjadi 57.

Jadi, dari populasi 66 santri diambil sampel 57 santri sesuai dengan hitungan rumus *slovin*. Begitu juga dengan tabel penentuan jumlah sampel dari

---

<sup>45</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 118

<sup>46</sup> Akdon, *aplikasi statistika dan metode penelitian administrasi pendidikam & menejemen*. 102

populasi tertentu dengan taraf kesalahan 1%, 5%, dan 10% menurut Sugiyono<sup>47</sup>

**Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%**

S			N	S			N	S		
1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	280	197	155	138	2800	537	310	247
15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
67	62	59	550	301	213	182	30000	649	344	268
71	65	62	600	315	221	187	40000	653	345	269
75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
122	105	97	1100	414	265	217	400000	662	348	270
129	110	101	1200	427	270	221	450000	663	348	270
135	114	105	1300	440	275	224	500000	663	348	270
142	119	108	1400	450	279	227	550000	663	348	270

<sup>47</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016), 87

148	123	112	1500	460	283	229	600000	663	348	270
154	127	115	1600	469	286	232	650000	663	348	270
160	131	118	1700	477	289	234	700000	663	348	270
165	135	122	1800	485	292	235	750000	663	348	270
171	139	125	1900	492	294	237	800000	663	348	271
176	142	127	2000	498	297	238	850000	663	348	271
182	146	130	2200	510	301	241	900000	663	348	271

**Sumber: Sugiyono (2016: 87)**

### C. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

#### 1. Observasi

Observasi adalah suatu usaha sadar untuk mengumpulkan data yang dilakukan secara sistematis, dengan prosedur yang terstandar<sup>48</sup>.

#### 2. Metode Angket (Kuesioner)

Metode angket juga disebut *questionnaire* yang dimaksud ialah suatu metode pengumpulan data menggunakan sejumlah daftar pertanyaan dalam item-item. Kaitannya dengan metode angket, Nasution mengartikan angket adalah daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab dibawah pengawasan peneliti<sup>49</sup>. Penggunaan skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial<sup>50</sup>.

<sup>48</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 265

<sup>49</sup> Nasution. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. (Bandung: Tarsito, 2003), 128

<sup>50</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016), 132

### 3. Metode Wawancara (*Interview*)

Merupakan teknik pengambilan data dimana peneliti langsung berdialog dengan responden untuk menggali informasi dari responden. Pada dasarnya terdapat dua jenis wawancara yaitu, wawancara terstruktur dan wawancara bebas tidak terstruktur. Wawancara terstruktur yaitu jenis wawancara yang disusun secara terperinci. Wawancara tidak terstruktur jenis wawancara yang hanya membuat garis besar yang akan ditanyakan. Peneliti melakukan wawancara kepada pihak pengurus asrama langsung yang banyak mengetahui karakteristik warga asrama Ar-Roudloh.

#### D. Instrumen Penelitian

Instrumen merupakan suatu alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap dan sistematis sehingga lebih mudah diolah dan mendapatkan hasil dari penafsiran yang dilakukan<sup>51</sup>. Instrumen dalam penelitian ini menggunakan skala likert untuk mendapatkan data yang akurat. Jawaban responden berupa pilihan dari 5 alternatif yang ada, yaitu:SS (Sangat Setuju), S (Setuju), Netral (N), TS (Tidak Setuju), STS (Sangat Tidak Setuju).

**Tabel 3.2 Skor Alternatif Jawaban**

Alternatif Jawaban	Skor Pernyataan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Sumber: Sugiyono (2016:93)**

<sup>51</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 160

Metode ini digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan dari informasi responden, dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal yang diketahuinya. Data-data yang hendak diperoleh dengan menggunakan metode angket ini adalah untuk mencari data melalui daftar pertanyaan yang terstruktur dan terukur tentang hubungan konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Pengembangan instrumen diawali dengan pembuatan kisi-kisi alat pengumpul data yang dikembangkan dari variable-variabel penelitian. Pembuatan kisi-kisi alat pengumpulan data dapat dilakukan dengan menelaah berbagai literature sehingga menjadi rancangan pokok instrumen. Kisi-kisi instrumen dikembangkan dari definisi operasional variable penelitian mengenai konformitas dan kompetensi interpersonal yang didalamnya terdapat aspek dan indikator yang sudah dijabarkan dalam bentuk pernyataan dan kemudian dijawab oleh siswa di sekolah menengah pertama sebagai responden.

Kisi-kisi instrumen konformitas dikembangkan dari dua aspek, yaitu: a). normatif; b). informasional.

Kisi-kisi instrumen perilaku konsumtif dikembangkan dari tiga aspek, yaitu: a). *Impulsive buying*; b). *Wasteful buying* c). *Non rasional buying*.

Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu menggunakan angket yang berbentuk pernyataan kemudian disusun sesuai dengan rujukan definisi operasional variable yang dikembangkan dari beberapa

indikator, dalam bentuk pernyataan-pernyataan yang telah dijabarkan dan dijawab oleh santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik non-tes dengan menggunakan angket, yang merupakan alat pengumpul data sekaligus alat ukur untuk mencapai tujuan penelitian. Responden menjawab dengan cara memilih alternatif respon yang telah disediakan.

Perumusan kisi-kisi instrumen untuk instrumen konformitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 3.3 Kisi-Kisi Instrumen Konformitas**

Variabel	Aspek	Indikator
Konformitas	1. Normatif	Disukai orang lain
		Terhindar dari penolakan
	2. Informasional	Menjadi benar
		Menerima kebenaran

Perumusan kisi-kisi instrumen untuk instrumen perilaku konsumtif dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

**Tabel 3.4 Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif**

Variabel	Aspek	Indikator
Perilaku konsumtif	1. <i>Impulsive buying</i>	Keinginan sesaat (muncul tiba-tiba)
		Tanpa pertimbangan
	2. <i>Wasteful buying</i>	Boros (pembelian berlebihan)
		Mengikuti mode
	3. <i>Non rasional buying</i>	Mencari kesenangan
		Mencari kepuasan

## E. Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Sebuah tes dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur<sup>52</sup>. Validitas ini ditentukan oleh hasil pengukuran atau skornya, bukan oleh tesnya itu sendiri. Dalam penelitian ini, validitas yang digunakan adalah validitas empiris kemampuan komunikasi efektif. Untuk menguji tingkat validitas empiris instrumen, peneliti mencobakan instrumen tersebut pada sasaran dalam penelitian. Validitas empiris dapat dilihat dengan mengkorelasikan antara skor butir dengan skor total.

Dalam penelitian ini, data diperoleh melalui angket dengan skala interval. Berdasarkan perolehan data tersebut, maka jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data interval.

Uji validitas yang cocok untuk pengolahan data interval adalah dengan formula Korelasi Product Moment<sup>53</sup>. Maka dalam penelitian ini digunakan formula Korelasi Product Moment dengan formula sebagai berikut<sup>54</sup> :

$$r_{XY} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2\} \cdot \{n \cdot \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan :

Rxy : Koefisien korelasi antara X dengan Y

N : Jumlah responden

X : Bobot skor pada item butir

Y : Total skor yang diperoleh

<sup>52</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 168

<sup>53</sup> Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2010), 9

<sup>54</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2016), 213

Selanjutnya harga  $r$  hasil perhitungan dikonsultasikan dengan harga  $r$  dalam tabel  $r$  pada taraf signifikansi 5%. Jika  $r_{hitung}$  lebih besar atau sama dengan  $r_{tabel}$  maka item tersebut dinyatakan valid, jika  $r_{hitung}$  lebih kecil daripada  $r_{tabel}$  maka item dinyatakan tidak valid.

Daya beda yang digunakan pada uji validitas sebesar 0,361 sehingga sebuah item yang valid apabila melebihi  $r_{xy} = 0,361$  ( $>0,361$ ) sehingga butir-butir tersebut dianggap shahih, sebaliknya jika didapatkan koefisien validitas kurang dari 0,361 ( $<0,361$ ), maka butir-butir tersebut tidak valid dan dianggap gugur<sup>55</sup>.

**Tabel 3.5 Validitas Konformitas**

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jml
			Aitem Valid	Aitem Gugur	
1	Normatif	Disukai orang lain	1, 2, 5, 10, 16, 19, 21		7
		Terhindar dari penolakan	3, 8, 12, 13, 17, 18, 20	2, 7	9
2	Informasional	Menjadi benar	6, 22, 23, 24, 26	11, 25, 30	8
		Menerima kebenaran	9, 14, 15, 27	28, 29	6
<b>Total</b>			23	7	30

Sumber: Data Sekunder Diolah 2021

Berdasarkan hasil tabel 3.5, uji validitas skala konformitas, yang awalnya berjumlah 30 aitem yang diujikan pada 30 subjek penelitian, diperoleh hasil

<sup>55</sup> Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2010)



bahwa dari 30 aitem total, tersisa 23 aitem yang valid karena aitem memiliki nilai diatas standar yang telah ditetapkan dan aitem yang gugur berjumlah 7 aitem dikarenakan aitem berada dibawah standar yang telah ditetapkan serta penggunaan bahasa yang tidak tepat dan juga susunan kalimat yang rumit<sup>56</sup>.

**Tabel 3.6 Validitas Perilaku Konsumtif**

No	Aspek	Indikator	No Aitem		Jml
			Aitem Valid	Aitem Gugur	
1	<i>Impulsive Buying</i>	Keinginan sesaat (muncul tiba-tiba)	4, 7, 2, 3, 11	1, 8	7
		Tanpa Pertimbangan	6, 9, 10, 12	5	5
2	<i>Wasteful Buying</i>	Boros (pembelian berlebihan)	19, 21, 22, 26	15, 24, 27, 32	8
		Mengikuti Mode	13, 14, 16, 29, 30, 31	28	7
3	<i>Non Rasional Buying</i>	Mencarai Kesenangan	18, 20, 23	17, 33, 35	6
		Mencari Kepuasan	34, 36, 38, 39, 40	25, 37	7
<b>Total</b>			27	13	40

Sumber: Data Sekunder Diolah 2021

Berdasarkan hasil uji validitas tabel 3.6 skala perilaku konsumtif, yang awalnya berjumlah 40 aitem yang diujikan pada 30 subjek penelitian,

<sup>56</sup> Dawi Maryam, " Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013", (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2017), 79

diperoleh hasil bahwa dari 40 aitem total, tersisa 27 aitem yang valid karena aitem memiliki nilai diatas standar yang telah ditetapkan dan aitem yang gugur berjumlah 13 aitem dikarenakan aitem berada dibawah standar yang telah ditetapkan serta penggunaan bahasa yang tidak tepat dan juga susunan kalimat yang rumit<sup>57</sup>

Alat ukur selain harus valid, juga harus memenuhi standar reliabilitas. Suatu instrumen dikatakan reliabel jika dapat dipercaya. Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah cukup baik<sup>58</sup>. Reliabilitas suatu instrumen menunjukkan tingkat kehandalan instrumen dalam mengungkap data yang bisa dipercaya<sup>59</sup>. Untuk menguji reliabilitas instrumen lingkungan sosial dan keaktifan organisasi digunakan rumus *Alpha Cronbach*<sup>60</sup>, karena rumus *Alpha Cronbach* digunakan untuk mencari reliabilitas instrumen yang skornya bukan 0 dan 1, misalnya angket atau soal bukan uraian.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan komputer program SPSS versi 23.0 dengan uji keterandalan teknik Alpha Cronbach

$$r_{ac} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left[ 1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

<sup>57</sup> Dawi Maryam, "Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013", (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2017), 77

<sup>58</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2006), 178

<sup>59</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta, 2014), 222

<sup>60</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016), 365

- $r_{ac}$  : koefisien reliabilitas alpha cronbach  
 $k$  : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal  
 $\Sigma\sigma_b^2$  : jumlah varians butir  
 $\sigma_t^2$  : jumlah varians total

Untuk menginterpretasikan koefisien reliabilitas digunakan klarifikasi rentang koefisien reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 3.8. Interpretasi Koefisien Korelasi (r)**

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00 – 0,199	Sangat rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat kuat

Kriteria pengambilan keputusan untuk menentukan reliabel atau tidak bila  $r$  lebih besar atau sama dengan 0,600 maka item tersebut reliabel. Bila  $r$  lebih kecil dari 0,600 maka item tersebut tidak reliabel.

**Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Kedua Skala**

Skala	Alpha	Keterangan
Perilaku Konsumtif	0,938	Reliable
Konformitas	0,885	Reliabel

## F. Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data yakni mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data, serta melakukan

perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian<sup>61</sup>.

Teknik yang digunakan untuk menganalisis data yaitu dengan menggunakan statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif yakni statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan/menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat generalisasi atau kesimpulan umum. Sedangkan statistik inferensial adalah teknik analisis yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi yang jelas, dan teknik pengambilan sampel dari populasi yang diambil secara *purposive*. Statistik inferensial terdapat statistik parametrik dan nonparametrik. Statistik parametrik digunakan untuk menganalisis data interval atau rasio, yang diambil dari populasi yang berdistribusi normal. Sedangkan nonparametrik digunakan untuk menganalisis data nominal dan ordinal dari populasi yang bebas distribusi.

Dalam penelitian ini menggunakan statistik inferensial yang berupa parametrik untuk menganalisis data interval dan rasio. Alat analisis yang digunakan adalah regresi sederhana.

---

<sup>61</sup> Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. (Bandung: PT Alfabet, 2016), 147

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Deskripsi Data**

##### **1. Sejarah Singkat Berdirinya Asrama Al-Roudhloh**

Pondok Pesantren Darussalam Blokagung didirikan oleh Almarhum Al Magfurlah KH. Mukhtar Syafa'at Abdul Ghofur pada tanggal 15 Januari 1951. Pada awalnya berupa bangunan mushollah kecil yang sederhana terbuat dari bambu dan beratap ilalang, dengan ukuran 7 x 5 M<sup>2</sup>. Musholla ini diberi nama "Darussalam" dengan harapan semoga akhirnya menjadi tempat pendidikan masyarakat sampai akhir zaman.

Musholla tersebut awalnya digunakan untuk mengaji, namun dalam perkembangan selanjutnya, banyak masyarakat luas datang untuk ikut serta menitipkan putranya untuk dididik di tempat ini. Sehingga musholla Darussalam tidak muat untuk menampung santri, sehingga timbullah gagasan kyai untuk mengumpulkan wali santri untuk diajak mendirikan bangunan yang baru, bergotong royong membangun tanpa ada tekanan dan paksaan.

Hingga saat ini tempat menimba ilmu yang dinamai "Darussalam" itu telah mempunyai beberapa cabang pondok dan asrama. Pondok pesantren putri utara, pondok pesantren putri selatan contohnya. Pondok pesantren putri utara mempunyai beberapa asrama didalamnya, asrama Ar-Roudloh salah satunya yang merupakan asrama tahfidzul qur'an putri dirintis pertama oleh beliau Al Mukarromah Ny.Hj Mahmudah Hisyam sejak pendiri dan pengasuh pertama KH. Mukhtar Syafaat Abdul Ghafur. Terletak

di lantai tiga *ndalem* Al Mukaromah Ny. Hj Mahmudah Hisyam. Asrama dengan kode L itu terdiri dari lima kamar dengan jumlah warga (per 2021) sebanyak 66 warga.

Dalam perjalanan panjang KH. Mukhtar Syafa'at Abdul Ghofur memimpin pondok pesantren Darussalam, beliau adalah orang yang arif dan bijaksana, dikagumi masyarakat dan diikuti semua fatwanya, sehingga hal ini menambah keharuman nama beliau dikalangan masyarakat. Akhirnya tepatnya pada hari Jum'at malam Sabtu tanggal 17 Rojab 1411 H atau 2 Februari 1991 M jam : 02.00 malam beliau pulang ke Rohmatulloh dalam usia 72 tahun. Dan setiap tanggal 17 Rojab dilaksanakan Haul untuk mengenang jasa-jasa beliau.

## 2. Profil Asrama

Nama asrama : Ar-Roudloh

Kode asrama : L

Nama pondok : Pondok Pesantren Darussalam

Alamat : Blokagung, Karangdoro, Tegalsari, Banyuwangi, Jawa Timur

Pendiri : KH. Mukhtar Syafa'at Abdul Ghofur

## 3. Visi dan Misi

**Visi:** Unggul dalam menghasilkan santri yang Hamilil Qur'an, Lafdzan wa Ma'nana wa 'Amalan.

### **Misi:**

1. Melaksanakan kegiatan setoran binnadzar (lafdzan)
2. Melaksanakan kegiatan setoran bil hifdzi (lafdzan)

3. Melaksanakan kegiatan pembinaan fashahah (lafdzan)
4. Melaksanakan kegiatan sekolah diniyah (ma'nan)
5. Melaksanakan kegiatan pengajian tafsir & ihya (ma'nan wa 'amalan)

#### **4. Struktur Kepengurusan Asrama Ar-Roudloh**

Pengasuh : Dra. Nyai Hj Mahmudah Hisyam

Penasehat : - Zaidah Maghfiroh  
- Nurul Hidayati

Ketua Asrama : Sri Lestari

Sekretaris : Luluk Ainun Nisa

Bendahara : Nisa Nur Laila

Departemen Kebersihan : - Nayli Taufiqoh  
- Restu Fitria Anggraini  
- Qori'atus Sholihah

Departemen Pengajian : - Rizqiyatul Fitriah  
- Nur Lailatul Hikmah

Departemen Kesehatan : - Hurin In Masruha  
- Shofi Azizy  
- Nurul Lailiya

Departemen Ubudiyah : - Dewi Roikhatul Jannah  
- Najma Hamada  
- Khilyatul Munawaroh  
- Faiqoh Nida

Departemen Pengairan : - Inda Elmi Afida  
- Iefa Alawiyatul Muna

## 5. Daftar Ketua Kamar dan Jumlah Warga

**Tabel 4.1 Daftar Ketua Kamar dan Jumlah Warga**

<b>Kamar</b>	<b>Ketua kamar</b>	<b>Jumlah warga</b>
L 01	Hurin In Masruha	16
L 02	Ismaya Shofa	11
L 03	Najma Hamada	11
L 04	Najwa Laily Tama	14
L 05	Faiqoh Nida	14
<b>Jumlah</b>		<b>66</b>

## 6. Aktifitas Santri Asrama Ar-Roudloh

**Tabel 4.2 Aktifitas Harian Santri Asrama Ar-Roudloh**

<b>WAKTU</b>	<b>JENIS KEGIATAN</b>
03.15 – 04.00 WIB	Sholat malam
04.18 – 05.00 WIB	Sholat subuh berjama'ah
05.30 – 07.15 WIB	Kegiatan Tahfidz
07.15 – 07.30 WIB	Sholat Dhuha
07.30 – 08.00 WIB	Persiapan kuliah pagi
08.00 – 12.00 WIB	Kegiatan perkuliahan
12.15 – 12.30 WIB	Sholat Dzuhur Berjamaah
13.15 – 14.30 WIB	Taqror
14.30 – 15.15 WIB	Sholat Ashar Berjamaah dan pembacaan rotibul haddad
15.20 – 17.00 WIB	Deresan dan semaan
17.22 – 18.15 WIB	Sholat maghrib berjamaah dan pembacaan yaa siin
18.15 WIB – Selesai	Pengajian tafsir jalalain



19.15 – 19.35 WIB	Sholat isya berjamaah
19.35 – 19.55 WIB	Persiapan sekolah diniyah
20.00 – 21.30 WIB	Kegiatan sekolah diniyah
21.30 – 03.00 WIB	Istirahat

**Tabel 4.3 Aktifitas Mingguan Santri Asrama Ar-Roudloh**

WAKTU		JENIS KEGIATAN
Malam Jum'at	Ba'da Maghib	Khataman Al-Qu'an
	Ba'da Isya	Istimaul Qur'an
Jum'at	05.30 – 06.15 WIB	Senam
	06.00 WIB - Selesai	Roan kebersihan
Selasa	06.00 WIB – Selesai	Pengajian pengasuh

**Tabel 4.4 Aktifitas Bulanan Santri Asrama Ar-Roudloh**

WAKTU	JENIS KEGIATAN
Jum'at Kliwon	Sema'an Kliwonan
Pertengahan Bulan	Test Kenaikan Juz

## B. Analisis dan Pengujian Hipotesis

### 1. Uji validitas

**Tabel 4.5 Keputusan Validitas (X)**

NO ITEM	$r_{table}$	$r_{hitung}$	V/TV
1	0,254	0,571	VALID
2	0,254	0,388	VALID
3	0,254	0,639	VALID
4	0,254	0,648	VALID
5	0,254	0,521	VALID
6	0,254	0,651	VALID
7	0,254	0,588	VALID
8	0,254	0,396	VALID
9	0,254	0,288	VALID

10	0,254	0,675	VALID
11	0,254	0,550	VALID
12	0,254	0,609	VALID
13	0,254	0,372	VALID
14	0,254	0,506	VALID
15	0,254	0,318	VALID
16	0,254	0,280	VALID
17	0,254	0,766	VALID
18	0,254	0,274	VALID
19	0,254	0,291	VALID
20	0,254	0,691	VALID
21	0,254	0,280	VALID
22	0,254	0,683	VALID
23	0,254	0,261	VALID

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Hasil uji validitas butir pertanyaan nomor satu sampai dengan dua puluh tiga skala konformitas teman sebaya (variabel X) mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dinyatakan valid.

**Tabel 4.6 Keputusan Validitas (Y)**

NO ITEM	$r_{table}$	$r_{hitung}$	V/TV
1	0,254	0,373	VALID
2	0,254	0,405	VALID
3	0,254	0,841	VALID
4	0,254	0,687	VALID
5	0,254	0,732	VALID
6	0,254	0,802	VALID
7	0,254	0,794	VALID
8	0,254	0,406	VALID
9	0,254	0,314	VALID
10	0,254	0,524	VALID
11	0,254	0,311	VALID
12	0,254	0,601	VALID
13	0,254	0,696	VALID
14	0,254	0,782	VALID
15	0,254	0,395	VALID
16	0,254	0,520	VALID
17	0,254	0,387	VALID
18	0,254	0,310	VALID
19	0,254	0,394	VALID
20	0,254	0,792	VALID

21	0,254	0,725	VALID
22	0,254	0,715	VALID
23	0,254	0,711	VALID
24	0,254	0,775	VALID
25	0,254	0,664	VALID
26	0,254	0,369	VALID
27	0,254	0,541	VALID

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Hasil uji validitas butir pertanyaan nomor satu sampai dengan dua puluh tujuh skala perilaku konsumtif (variabel Y) mempunyai nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka dinyatakan valid.

## 2. Uji reliabilitas

**Tabel 4.7 Keputusan Reliabilitas (X)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	23

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Hasil nilai reliabilitas pada tabel dengan menggunakan rumus *alpha cronbach's* untuk alat ukur variabel X diperoleh nilai sebesar 0,885. Dengan ketentuan interpretasi koefisien korelasi antara 0,80 – 0,1000, maka alat ukur variabel X dinyatakan sangat kuat. Artinya reliabilitas alat ukur variabel ini mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat.

**Tabel 4.8 Keputusan Reliabilitas (Y)**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	27

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Hasil nilai reliabilitas pada tabel dengan menggunakan rumus *alpha cronbach's* untuk alat ukur variabel Y diperoleh nilai sebesar 0,938. Dengan ketentuan interpretasi koefisien korelasi antara 0,80 – 0,1000, maka alat ukur variabel Y dinyatakan sangat kuat. Artinya reliabilitas alat ukur variabel ini mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat.

### 3. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui normal atau tidaknya distribusi penyebaran variabel. Pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan melihat nilai *Asymp. Sig.* pada uji normalitas dengan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test*<sup>62</sup>. Berikut adalah table hasil uji normalitas:

**Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardize d Residual
N		57
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.48920592
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.083
	Negative	-.101
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

<sup>62</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2015), hal 241.

Hasil nilai *Asym. Sig.* pada tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* sebesar 0,200. Bila dibandingkan dengan nilai probabilitas lebih besar dari pada 0,05 ( $0,200 > 0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa data dari sampel penelitian ini berdistribusi normal.

#### 4. Uji Linearitas

**Tabel 4.10 Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILA KU	Between Groups	(Combined)	54536.675	41	1330.163	10.665	.000
KONSU MTIF *		Linearity	51364.987	1	51364.987	411.835	.000
KONFOR MITAS		Deviation from Linearity	3171.688	40	79.292	.636	.874
	Within Groups		1870.833	15	124.722		
	Total		56407.509	56			

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai *sig. deviation from linearity* sebesar  $0,874 > 0,05$  maka dapat disimpulkan terdapat hubungan yang linear antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif

#### 5. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear digunakan untuk melihat ada tidaknya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen sebuah penelitian. Dalam penelitian ini analisis regresi linier sederhana dilakukan dengan menggunakan dua cara yaitu menggunakan manual dan SPSS. Adapun penyelesaian regresi linier sederhana penelitian ini adalah sebagai berikut:

## a) Uji analisis regresi linear sederhana dengan SPSS

- Persamaan regresi linear sederhana

Persamaan regresi linier sederhana dinyatakan dalam bentuk:  $\hat{Y}=a +bX$

Dimana :

$\hat{Y}$  = (baca Y topi) variabel dependen

X = variabel independen

a = konstanta

b = koefisiensi variabel X

Berikut hasil uji persamaan regresi linier sederhana:

**Tabel 4.11 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.104	6.141		.171	.865
	KONFORMIT AS	1.124	.048	.954	23.670	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Berdasarkan tabel 4.10 persamaan regresi linear sederhana dapat disusun sebagai  $\hat{Y}= 1,104+1,124X$  dengan interpretasi sebagai berikut:

- 1) *Unstandardized Coefficients (constant)* sebesar 1,104 nilai perilaku konsumtif tanpa kehadiran variabel independen yaitu konformitas teman sebaya (X).

2) *Unstandardized Coefficients* konformitas teman sebaya (X) sebesar 1,124 menyatakan bahwa, jika konformitas teman sebaya (X) baik dan tepat, maka perilaku konsumtif akan naik sebesar 1,124.

*Standart error* (Constant) sebesar 6,141 yang merupakan penyimpangan dari konstanta yang ada dalam model persamaan regresi *Standart error* konformitas teman sebaya (X) sebesar 0,048 yang menunjukkan penyimpangan koefisien regresi variabel konformitas teman sebaya (X). Semakin kecil penyimpangan dalam koefisien regresi tersebut, maka semakin berarti kontribusi variabel tersebut terhadap variabel tergangungnya.

Kemudian hasil uji regresi linear sederhananya sebagai berikut:

**Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51364.987	1	51364.987	560.250	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5042.522	55	91.682		
	Total	56407.509	56			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), KONFORMITAS

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Berdasarkan tabel 4.11 diperoleh nilai  $F_{hitung} = 560,250$  dan probabilitas sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan  $F_{tabel} 4,01$  maka  $F_{hitung} 560.250 > F_{tabel} 4,01$  dan  $p 0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) Konformitas teman sebaya mempengaruhi variabel dependen (Y) perilaku konsumtif secara signifikan atau hipotesis ( $H_a$ ) diterima.

- Uji hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikan pengaruh variable independen terhadap variabel dependen. Pengujian ini menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05. Apabila nilai profitabilitas kurang dari 0,05 atau jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , berarti ada pengaruh antara variabel independen secara signifikan terhadap variabel dependen begitu sebaliknya.

**Tabel 4.13 Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.104	6.141		.171	.865
KONFORMITAS	1.124	.048	.954	23.670	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Berdasarkan tabel 4.12 diketahui bahwa variabel konformitas teman sebaya diperoleh nilai  $t_{hitung} = 23,670$  dan probabilitas sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan  $t_{tabel} 1,672$  maka  $t_{hitung} 23,670 > t_{tabel} 1,672$  dan  $\rho 0,000 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima. Artinya konformitas teman sebaya berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh

- Uji Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi adalah salah satu nilai statistik yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara dua variabel. Nilai koefisien determinasi menunjukkan presentase variasi nilai variabel dependen



yang dapat dijelaskan oleh persamaan regresi yang dihasilkan<sup>63</sup>. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sedangkan jika nilai  $R^2$  besar atau mendekati satu maka hampir semua informasi yang dibutuhkan dapat memprediksi variabel dependen

**Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.954 <sup>a</sup>	.911	.909	9.57508

a. Predictors: (Constant), KONFORMITAS

Sumber: Data Sekunder Diolah. 2021

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui R sebesar 0,954 yang menunjukkan korelasi antara variabel independen dengan variabel dependen. Hasil dari *R Square* sebesar 0,911 atau 91,1% yang artinya variabel dependen (perilaku konsumtif) dapat dijelaskan oleh variabel independen (konformitas teman sebaya) sebesar 91,1%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 91,1\% = 8,9\%$ ) dijelaskan oleh faktor lain. Dengan kata lain, konformitas teman sebaya memberi pengaruh sekitar 91,1% terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh.

b) Uji analisis regresi linear sederhana dengan manual

Langkah-langkah menjawab regresi linear sederhana:

Langkah 1: Membuat  $H_a$  dan  $H_o$  dalam bentuk kalimat

$H_a$ : Konformitas teman sebaya mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi

<sup>63</sup> Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. (Bandung: Alfabeta, 2010), 97

$H_0$ : Konformitas teman sebaya tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif pada santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi

Langkah 2: Membuat  $H_a$  dan  $H_0$  dalam bentuk statistik

$H_a : r \neq 0$

$H_0 : r = 0$

Langkah 3: Membuat tabel penolong untuk menghitung angka statistik

**Tabel 4.15 Tabel Penolong**

NO	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	87	77	7569	5929	6699
2	81	89	6561	7921	7209
3	78	84	6084	7056	6552
4	82	97	6724	9409	7954
5	84	99	7056	9801	8316
6	82	87	6724	7569	7134
7	86	95	7396	9025	8170
8	102	109	10404	11881	11118
9	98	117	9604	13689	11466
10	86	86	7396	7396	7396
11	105	118	11025	13924	12390
12	105	108	11025	11664	11340
13	109	125	11881	15625	13625
14	106	104	11236	10816	11024
15	112	112	12544	12544	12544
16	109	118	11881	13924	12862
17	97	123	9409	15129	11931
18	108	109	11664	11881	11772
19	94	107	8836	11449	10058
20	118	144	13924	20736	16992
21	121	146	14641	21316	17666
22	116	145	13456	21025	16820
23	117	146	13689	21316	17082
24	114	145	12996	21025	16530
25	120	144	14400	20736	17280
26	122	150	14884	22500	18300
27	126	153	15876	23409	19278

28	134	151	17956	22801	20234
29	127	147	16129	21609	18669
30	134	159	17956	25281	21306
31	106	152	11236	23104	16112
32	140	131	19600	17161	18340
33	137	156	18769	24336	21372
34	140	161	19600	25921	22540
35	139	159	19321	25281	22101
36	137	160	18769	25600	21920
37	142	164	20164	26896	23288
38	146	167	21316	27889	24382
39	148	166	21904	27556	24568
40	147	171	21609	29241	25137
41	154	167	23716	27889	25718
42	153	172	23409	29584	26316
43	149	167	22201	27889	24883
44	153	174	23409	30276	26622
45	153	166	23409	27556	25398
46	155	174	24025	30276	26970
47	156	176	24336	30976	27456
48	156	174	24336	30276	27144
49	156	177	24336	31329	27612
50	163	179	26569	32041	29177
51	155	181	24025	32761	28055
52	142	164	20164	26896	23288
53	165	184	27225	33856	30360
54	164	180	26896	32400	29520
55	162	182	26244	33124	29484
56	165	184	27225	33856	30360
57	167	185	27889	34225	30895
STATISTIK	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>Y<sup>2</sup></b>	<b>XY</b>
JUMLAH	7210	8167	952628	1226581	1078735

Langkah 4: Masukkan angka-angka statistik dari tabel penolong dengan

rumus:

1) Menghitung rumus b:

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{n \cdot \sum X^2 - (\sum X)^2} = \frac{2.603.285}{2.315.696} = 1,124$$

2) Menghitung rumus a

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n} = \frac{62,96}{57} = 1,104$$

Langkah 5: Mencari jumlah kuadrat regresi ( $JK_{Reg [a]}$ ) dengan rumus:

$$JK_{Reg [a]} = \frac{(\sum Y)^2}{n} = \frac{66.699,889}{57} = 1.170.173,491$$

Langkah 6: Mencari jumlah kuadrat regresi ( $JK_{Reg [a|b]}$ ) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK_{Reg (b|a)} &= b \cdot \left\{ \sum XY - \frac{(\sum X) \cdot (\sum Y)}{n} \right\} \\ &= 1,124 \left\{ 1078735 - \frac{(7210) \cdot (8167)}{57} \right\} = 51.345,602 \end{aligned}$$

Langkah 7: Mencari jumlah kuadrat residu ( $JK_{Res}$ ) dengan rumus:

$$\begin{aligned} JK_{Res} &= \sum Y^2 - JK_{Reg (b|a)} - JK_{Reg [a]} \\ &= 1226581 - 51.345,602 - 1.170.173,491 = 5.061,908 \end{aligned}$$

Langkah 8: Mencari rata-rata jumlah kuadrat regresi ( $RJK_{Reg [a]}$ ) dengan rumus:

$$RJK_{Reg [a]} = JK_{Reg [a]} = 1.170.173,491$$

Langkah 9: Mencari rata-rata jumlah kuadrat regresi ( $JK_{Reg [b|a]}$ ) dengan rumus:

$$RJK_{Reg (b|a)} = JK_{Reg (b|a)} = 51.345,602$$

Langkah 10: Mencari rata-rata jumlah kuadrat residu ( $RJK_{Res}$ ) dengan rumus:

$$RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2} = \frac{5.061,907}{57-2} = 92,034$$

Langkah 11: Menguji signifikansi dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{Reg (b|a)}}{RJK_{Res}} = \frac{51.345,602}{92,034} = 560,250$$

Kaidah pengujian signifikansi:

Jika  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , maka tolak  $H_0$  artinya signifikan dan  $F_{hitung} \leq$

$F_{tabel}$ , terima  $H_0$  artinya tidak signifikan

Dengan taraf signifikansi :  $\alpha = 0,01$  atau  $\alpha = 0,05$

Carilah nilai  $F_{tabel}$  menggunakan tabel F dengan rumus:

$F_{tabel} = DF_1 = K-1$  (pembilang)

$DF_2 = N-K$  (penyebut)

Keterangan: K = Jumlah variabel

N = jumlah responden

Cara mencari  $F_{tabel}$ :  $DF_1 = 2 - 1 = 1$  (pembilang)

$DF_2 = 57 - 1 = 56$  (penyebut)

$F_{tabel} = 4,01$

Ternyata  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka tolak  $H_0$  yang artinya signifikan

Langkah 12: Membuat kesimpulan

Karena  $F_{hitung} = 560,250$  lebih besar dari  $F_{tabel} = 4,01$  maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$ . Dengan demikian terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi.

## BAB V

### PEMBAHASAN

- A. Pengaruh konformitas teman sebaya (X) terhadap perilaku konsumtif (Y) pada Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel konformitas teman sebaya (X) dan perilaku konsumtif (Y) berdistribusi normal, karena nilai probabilitas lebih besar dari pada 0,05. Konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif. Hal ini ditunjukkan sesuai hasil uji regresi linear sederhana dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 560,250 jika dibandingkan dengan nilai  $F_{tabel}$  4,01. Maka  $F_{hitung} 560.250 > F_{tabel} 4,01$ . Hal ini dapat dinyatakan pula berdasarkan uji t variabel konformitas teman sebaya dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 23,670 dan probabilitas sebesar 0,000. Jika dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  1,672 maka  $t_{hitung} 23,670 > t_{tabel} 1,672$  dan  $p0,000 < 0,05$ . Maka tolak  $H_0$  dan terima  $H_a$  artinya terdapat pengaruh positif signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif. Jika konformitas teman sebaya dalam kehidupan santri mengalami peningkatan maka semakin besar pula perilaku konsumtif yang terjadi pada santri asrama Ar-Roudloh. Dari tabel hasil analisis regresi, menunjukkan bahwa model persamaan regresi sederhana untuk memperkirakan perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh konformitas teman sebaya. Bentuk regresi linearnya adalah  $\hat{Y} = 1,104 + 1,124X$ . Hasil tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta (a) sebesar 1,104, artinya apabila

konformitas teman sebaya berniali 0, maka nilai perilaku konsumtif sebesar 1,104.

Hasil uji determinasi diketahui pengaruh dari variabel independen konformitas teman sebaya terhadap dependen perilaku konsumtif dinyatakan dalam nilai  $R \times 100\%$  yaitu sebesar 0,911 atau 91,1%. Artinya 91,1% variabel dependen (perilaku konsumtif) bisa dijelaskan oleh variabel independen (konformitas teman sebaya). variabel konformitas teman sebaya berpengaruh dominan terhadap perilaku konsumtif dikarenakan nilai  $R$  *Square* di atas 50%. Dengan kata lain Konformitas teman sebaya memberi pengaruh sekitar 91,1% terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh.

Pembahasan pengaruh konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam yang menggunakan program SPSS (*Statistic Pruduct And Service Solution*) for window versi 23 menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel independen (konformitas teman sebaya) terhadap variabel dependen (perilaku konsumtif). Sifat-sifat remaja yang biasanya mudah terbuju rayuan iklan, ikut-ikutan teman, tidak realistis, dan cenderung boros yang sering kali dimanfaatkan produsen untuk memasuki pasar remaja. Oleh karena itu konformitas menjadi salah satu dari pengaruh perilaku konsumtif pada remaja, yang dalam penelitian ini menggunakan objek santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi. Baron, Byrne & Brancomde<sup>64</sup> mengungkapkan bahwa suatu bentuk pengaruh

---

<sup>64</sup> Baron, R.A. dan Byrne, D. *Psikologi Sosial*. Edisi kesepuluh: jilid 2. (Jakarta: Erlangga, 2005), 73

sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial disebut dengan konformitas, yang berarti konformitas tidak hanya sekedar bertindak sesuai dengan tindakan yang dilakukan oleh orang lain, tetapi juga dipengaruhi oleh bagaimana mereka bertindak.

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif (Y) pada Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi.

Dalam perilaku konsumtif, faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif, yaitu<sup>65</sup>:

1) Faktor Internal

- Motivasi

Motivasi merupakan pendorong perilaku seseorang, begitu pula dalam perilaku konsumtif. Motivasi merupakan pendorong untuk seseorang melakukan pembelian barang atau penggunaan jasa yang telah tersedia di pasar.

- Harga diri

Harga diri berpengaruh pada perilaku membeli. Seseorang dengan harga diri rendah akan cenderung lebih mudah terpengaruhi dibandingkan dengan seseorang yang harga dirinya tinggi

- Pengamatan/observasi

Seseorang dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, ia akan mendasarkan keputusannya pada pengamatan atau observasi terhadap produk tersebut. Pengamatan atau observasi yang

---

<sup>65</sup> Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan : Menepi Imbas Pesan Iklan Televisi.* (Bandung: Alfabeta, 2002), 125



dilakukan berdasarkan pengalaman individu dalam membeli produk yang dapat memberikan kesenangan dan memunculkan dorongan untuk mengulangi dalam pembelian produk tersebut.

- Proses belajar

Dalam perilaku konsumtif pembelian yang dilakukan oleh konsumen juga merupakan rangkaian proses belajar. Hal ini berdasarkan pengalaman individu yang merasa puas dengan suatu produk, dari pengalaman tersebut menjadikan pembelajaran konsumen untuk mengkonsumsi produk yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan yang dirasakannya.

- Kepribadian

Kepribadian merupakan ciri atau sifat yang ada dalam keseluruhan hidup seseorang, yang meliputi kecenderungan emosional, dan pola tingkah laku. Dalam perilaku konsumtif, kepribadian berfungsi dalam pengambilan keputusan untuk pembelian suatu produk.

- Konsep diri

Konsep diri merupakan cara pandang remaja terhadap dirinya sendiri. Seseorang yang memandang dirinya positif akan bisa menerima dirinya baik kekurangan maupun kelebihan, menghargai dirinya dan menerima perbedaan dengan orang lain, sehingga tidak akan menjadi suatu masalah jika dia tidak memiliki barang seperti yang dimiliki oleh teman-temannya.

## 2) Faktor eksternal.

- Kebudayaan

Semakin tinggi permintaan barang di pasar, semakin konsumtif cara hidup dan kebiasaan dalam suatu kebudayaan untuk membeli suatu produk. Kebudayaan yang tercermin dalam kebiasaan dan tindakan dalam permintaan bermacam-macam barang di pasar sangat mempengaruhi konsumen.

- Kelas sosial

Kelas sosial merupakan kelompok yang terdiri atas sejumlah orang yang mempunyai kedudukan yang seimbang dalam masyarakat, menampilkan perilaku yang mirip dan memberikan perbedaan dalam gaya hidup. Interaksi dalam kelas sosial akan berpengaruh kepada seseorang dalam perilaku konsumtif dan berpengaruh langsung pada pendapat dan selernya, sehingga dari interaksi tersebut akan mempengaruhi pemilihan produk atau merek barang.

- Kelompok referensi

Kelompok referensi lebih kuat pengaruhnya pada seseorang karena akan membentuk kepribadian dan perilaku seseorang. Peran kelompok referensi yang besar dapat mendorong individu untuk mengonsumsi produk yang sama secara terus menerus sehingga memungkinkan munculnya kecenderungan perilaku konsumtif pada kelompoknya.

- Keluarga

Keluarga besar pengaruhnya terhadap pembentukan sikap dan perilaku anggotanya, termasuk dalam pembentukannya keyakinan dalam menetapkan keputusan konsumen. Keluarga yang memiliki

kecenderungan perilaku konsumtif akan memunculkan individu yang berperilaku konsumtif pula.

Sesuai dengan wawancara terhadap beberapa responden dan penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti kepada responden, terkait dengan perilaku konsumtif, bahwa tingginya tingkat perilaku konsumtif yang terjadi pada santri remaja asrama Ar-Roudloh dikarenakan oleh faktor internal yang berupa motivasi yakni pendorong untuk seseorang melakukan pembelian barang atau penggunaan jasa yang telah tersedia di pasar. Dan faktor eksternal berupa kelompok referensi. Peran kelompok referensi yang besar dapat mendorong individu untuk mengkonsumsi produk yang sama secara terus menerus sehingga memungkinkan munculnya kecenderungan perilaku konsumtif pada kelompoknya.

Keinginan untuk membeli suatu barang secara tiba-tiba dan tanpa pertimbangan sering terjadi dikalangan remaja yang mendasari remaja tersebut untuk berperilaku konsumtif. Dan faktor terbesar yang mendasari berperilaku konsumtif selain yang telah disebutkan yakni kelompok referensi. Setelah melakukan penyebaran kuesioner penelitian ini terbukti bahwa kelompok referensi yang sangat berpengaruh sebesar 91,1% terhadap perilaku konsumtif santri remaja asrama Ar-Roudloh.

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif pada Santri Asrama Ar-Roudloh pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga asrama Ar-Roudloh. Sedangkan sampel dalam penelitian ini menggunakan hitungan rumus *slovin*, hingga sampel akhir ditemukan 57 sampel.

Dalam penentuan analisis data penelitian ini menggunakan rumus regresi linear sederhana dengan hasil  $F_{hitung} 560.250 > F_{tabel} 4,01$  dan  $p 0,000 < 0,05$  dapat disimpulkan bahwa variabel independen (X) Konformitas teman sebaya mempengaruhi variabel dependen (Y) perilaku konsumtif secara signifikan atau hipotesis ( $H_a$ ) diterima. Dan uji asumsi data menggunakan rumus linearitas,

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh. Semakin tinggi konformitas teman sebaya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif santri tersebut. Konformitas teman sebaya memberikan pengaruh sekitar 91,1% terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif santri asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi. Maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut :

### **1. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Penelitian ini diharapkan mampu digunakan sebagai acuan baik bahan perbandingan atau referensi untuk melakukan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti selanjutnya. Diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian lebih lanjut berdasarkan faktor lainnya, variabel yang beragam.

### **2. Bagi Akademik**

Pada proses penelitian ini peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan, namun peneliti tetap berusaha semaksimal mungkin dalam menyelesaikan penelitian ini. Dengan adanya penelitian ini, peneliti berharap semoga dapat menjadi refrensi pustaka bagi peneliti selanjutnya dengan proses penelitian dan metode yang lebih baik.

## DAFTAR RUJUKAN

- Akdon, *aplikasi statistika dan metode penelitian administrasi pendidikam & menejemen*. Bandung: Dewa Ruchi.
- Al Zuhaili, Wahbah, 1982. *Tafsir Al Wajiz*, Suriah, Darul Fikr, Terbitan Pertama
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifudin. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, Saifudin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Azyumardi Azra dalam Jamaludin Malik, *Pemberdayaan Pesantren, Menuju kemandirian dan profesionalisme santri dengan metode daurah kebudayaan*, (Yogyakarta: Pustaka Pesantren)
- Baron, R.A. dan Byrne, D. 2005. *Psikologi Sosial*. Edisi kesepuluh: jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Dawi Maryam, "Pengaruh Konformitas dan Kontrol Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa UIN Maliki Malang angkatan 2013", (Skripsi, UIN Maulana Malik Ibrahim, Malang, 2017),
- Departemen Agama RI. 2009. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Axemedia Arkanleema
- Elizabeth. B. Hurlock, *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. (Jakarta: Erlangga, 2003),
- Haryani, Indah dan Herwanto, Jhon. 2015. *Hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik pada mahasiswi*. Jurnal Psikologi. Vol.11 (1).
- HM. Yacub, *Pesantren dan Pembangunan Masyarakat Desa*, (Bandung: Angkasa, 1985)
- Hurlock, B. Elizabeth. 2003. *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga
- Kartono. Kartini. 2008. *Patologi Sosial 2*. Jakarta: Grafindo Persada
- Lina, dan Rosyid, Haryanto F. 1997. *Perilaku Konsumtif berdasar Locus of Control pada remaja Putri*, Jurnal Psikologika. 4

- Myers, David G. 2012. *Psikologi Sosial Jilid 1*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Nasution. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. (Bandung: Tarsito, 2003)
- Perdana, Putra Idham, dan Mujiasih, S, Psi, MSi, Endah. *Hubungann antara konformitas teman sebaya dengan perilaku kkonsumtif membeli pakaian pada mahasiswa angkatan 2016 Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro*. Jurnal Empati. Vol.6 (4). 195-208.
- Riduwan. 2010. *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Solichah, Nimatus dan Kusuma Dewi, Damanjati. 2019. *Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion pada mahasiswa*. Jurnal Psikologi. Vol.6 (3). Surabaya: Universitas Negeri Surabaya
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sumartono. 2002. *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Al-Qarni, ‘Aidh, *Tafsir Muyassar*, Jakarta, Qisthi Press, 2007
- Tambunan, R. 2001. *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. <http://www.e-psikologi.com>. Diunduh 24 September 2014
- Tulus, Winarsunu. 2002. *Statistik Dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*. Penerbitan: Universitas Muhammadiyah Malang, Malang
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2019, tentang Pesantren
- Wahyudi. 2013. *Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mal Samarinda Central Plaza*. e-Journal Sosiologi, 26 – 36

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Irma Ramayanti

NIM : 17122110016

Program : Strata Satu (1)

Institusi : IAI Darussalam Blokagung Banyuwangi

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi, 31 Juli 2021

Saya yang menyatakan,



IRMA RAMAYANTI  
NIM. 17122110016



# Lampiran 1 Hasil Cek Plagiarism

7/25/2021

laporan orisinalitas 25.7.2021 9-29-30 - BKI\_IRMA.R\_171222110016.docx.html

## Detektor Plagiarisme v. 1872 - Laporan Orisinalitas 7/25/2021 9:29:26 AM

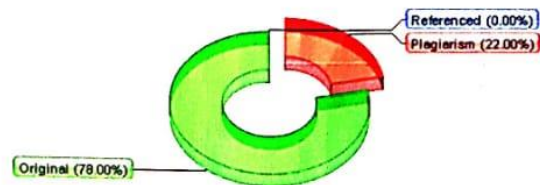
Dokumen yang dianalisis: BKI\_IRMA.R\_171222110016.docx Dilisensikan ke Aster Putra

Prasetel Perbandingan: Menulis kembali . Bahasa yang terdeteksi

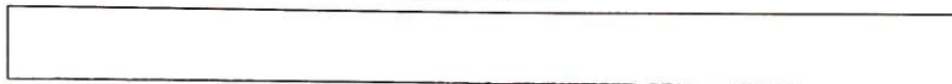
Jenis cek: Pemeriksaan Internet

Analisis tubuh dokumen terperinci:

Bagan relasi:



Grafik distribusi:



Sumber utama plagiarisme: 57

Persentase	Jumlah	Detail
9%	843	1. <a href="https://darussalamputriutara.wordpress.com/2009/11/14/susunan-kepengurusan-pondok-pesantren-puiri-utara-darussalam-blokagung-legalisan-banyuwangi-periode-2009-2011/">https://darussalamputriutara.wordpress.com/2009/11/14/susunan-kepengurusan-pondok-pesantren-puiri-utara-darussalam-blokagung-legalisan-banyuwangi-periode-2009-2011/</a>
5%	446	2. <a href="https://jdih.dprd.balam.go.id/wp-content/uploads/2020/12/NA-Penyelenggaraan-Pesantren.pdf">https://jdih.dprd.balam.go.id/wp-content/uploads/2020/12/NA-Penyelenggaraan-Pesantren.pdf</a>
5%	260	3. <a href="https://core.ac.uk/download/pdf/187734124.pdf">https://core.ac.uk/download/pdf/187734124.pdf</a>

Rincian sumber daya yang diproses: 98 - Baik / 25 - Gagal

Catatan penting:

Wikipedia:	Buku Google:	Layanan pengarang untuk orang lain:	Anti-kecurangan:
[tidak terdeteksi]	[tidak terdeteksi]	[tidak terdeteksi]	[tidak terdeteksi]

Referensi Aktif (Url yang Diekstrak dari Dokumen):

Tidak ada URL yang terdeteksi

Url yang Dikecualikan:

Tidak ada URL yang terdeteksi

URL yang disertakan:

Tidak ada URL yang terdeteksi

## Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian



Nomor : 31.5/ 76.19 /IAIDA/FDKI/C.3/ VI/2021  
Lamp. : -  
Hal : **PENGANTAR PENELITIAN**

*Kepada Yang Terhormat:*  
**Pimpinan/Kepala PP. Darussalam Putri Utara**

di –  
tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Darussalam (IAIDA) Blokagung Banyuwangi, memohonkan izin penelitian atas mahasiswa kami:

N a m a : IRMA RAMAYANTI  
NIM /NIMKO : 17122110016 / 2017.4.071.0432.1.000102  
Fakultas : Dakwah Dan Komunikasi Islam  
Program Studi : Bimbingan Dan Konseling Islam  
Alamat : KP. Babakan Hilir Pakuon - Sukaresmi - Cianjur - Jawa Barat  
HP : -  
Dosen Pembimbing : Rizqon Al Musyafiri, M.Pd

Untuk dapat diterima/melaksanakan penelitian di lembaga/instansi yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka penyelesaian program skripsi.

Adapun judul penelitiannya adalah:

***"Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam"***

Atas perkenan dan kerja samanya yang baik diucapkan banyak terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*



Blokagung, 20 Juni 2021

**Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom**  
NIPY. 3150128107201



معهد دارالسلام للبنات  
PONDOK PESANTREN PUTRI UTARA  
"DARUSSALAM"

website : [www.blokgung.net](http://www.blokgung.net)

e-mail : [darussalamputriutara@gmail.com](mailto:darussalamputriutara@gmail.com)

UNIT PENDIDIKAN : PP. PUTRA-PUTRI, PP. KANAK-KANAK, TAHFIDHUL QURAN, MADRASAH DINIYAH, TPQ, PAUD, TK, SD, MTS, SMP, MA, SMK, SMA, IALDA, MA' HAD ALY, AKD

Alamat : Blokagung 02 / W. Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur 68485 Hp : 082339161738 082335161780.

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN**

NOMOR: 31.3/039/AA/PPDPU/VIII/2021

Yang bertanda tangan dibawah ini, Pengurus Pondok Pesantren Darussalam Putri Utara kecamatan Tegalsari Kabupaten Banyuwangi, dengan ini menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswi yang beridentitas dibawah ini:

Nama : IRMA RAMAYANTI  
Tempat Tanggal Lahir : CIANJUR, 26 DESEMBER 1998  
Fakultas : DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM  
Program Studi : BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM  
NIM : 17122110016  
Alamat : CIANJUR, JAWA BARAT

Benar-benar telah mengadakan penelitian di lembaga kami dengan penulisan studi pendahuluan yang berjudul "*Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Asrama Ar Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi*" untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Sarjana Pendidikan.

Demikian surat keterangan ini kami buat, untuk sedapatnya dipergunakan sebagaimana mestinya.

Blokgung, 10 Agustus 2021

Pengurus Pondok Pesantren Darussalam Putri Utara





INSTITUT AGAMA ISLAM DARUSSALAM  
**IAIDA**  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM  
TERAKREDITASI  
BLOKAGUNG - BANYUWANGI

Alamat : Pon. Pes. Darussalam Blokagung C2IV Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur - 66491 Telp. (0333) 847458, Fax. (0333) 846221, Hp. 883258462113, Website: www.iaida.ac.id Email: iaidablokagung@gmail.com

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : IKMA RAMAYANTI  
NIM : 17122110016  
Program Studi : BIMBINGAN DAN KONSELING ISLAM  
Judul Skripsi : PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONJUNTIF SANTRI ASRAMA AR-POUDLOH PERIODIK PETAATIFEN AYRI UTARA DARUSSALAM BLOKAGUNG BANYUWANGI  
Pembimbing : M. RIZQOM AL MUSAFIRI, M.Pd.

No.	Topik Pembahasan	Tanggal	Tanda Tangan Pembimbing
1	PENGSAHABAN JUDUL		
2	BAB I PENDAHULUAN		
3	BAB II KAJIAN PUSTAKA		
4	BAB III METODE PENELITIAN		
5	SEMILAR PROPOSAL		
6	BAB IV PAPARATI & ANALISIS		
7	BAB V PEMBAHASAN		
8	BAB VI PENUTUP		
9	REVISI I		
10	REVISI II		
11	ARTIKEL		
12			

Blokagung, 9 Agustus 2021

Ketua Prodi  
Bimbingan dan Konseling Islam

Halimatus Sa'diah, S.Psi  
NIPY. 3151301019001

### Lampiran 3 Alat Ukur Penelitian

**PENGANTAR PENGISIAN KUESIONER PENELITIAN  
PENGARUH KONFORMITAS TEMAN SEBAYA TERHADAP  
PERILAKU KONSUMTIF SANTRI ASRAMA AR-ROUDLOH PONDOK  
PESANTREN PUTRI UTARA DARUSSALAM BLOKAGUNG  
BANYUWANGI**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Salam silaturahmi kami sampaikan semoga senantiasa dalam lindungan dan rahmat-Nya. Amin.

Bersamaan dengan ini kami ingin menyampaikan bahwa kami sedang mengadakan penelitian berbasis kuantitatif dengan judul “Pengaruh Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Santri Asrama Ar-roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Banyuwangi”. Berdasarkan hal tersebut, anda yang kami pilih menjadi sampel dalam penelitian ini sudi kiranya untuk mengikuti prosedur kuesioner ini dengan cara mengisi biodata di bawah ini terlebih dahulu, kemudian dengan petunjuk pengisian kuesioner pada halaman kedua anda selanjutnya dapat mengisi lembar kuesioner pada lembar ketiga hingga terakhir dengan sebenar-benarnya, *reliable* dan tanpa ada rekayasa.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

#### BIODATA SAMPEL

Nama Sampel : .....

Alamat : .....

Blokagung, .....

Paraf Peneliti

IRMA RAMAYANTI

## PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bacalah baik-baik pernyataan yang telah diberikan, lalu pilihlah jawaban yang tersedia. Berikan **tanda silang (X)** pada jawaban yang kamu rasa paling sesuai dengan diri kamu.

- SS : apabila pernyataan tersebut **Sangat Sesuai** dengan diri kamu  
S : apabila pernyataan tersebut **Sesuai** dengan diri kamu  
N : apabila pernyataan tersebut **Netral** dengan diri kamu  
TS : apabila pernyataan tersebut **Tidak Sesuai** dengan diri kamu  
STS : apabila pernyataan tersebut **Sangat Tidak Sesuai** dengan diri kamu

Jika ingin mengubah jawaban, maka dapat menambahkan tanda sama dengan (=) pada jawaban pertama, lalu memberi tanda silang (X) pada jawaban kedua. Contoh:

SS	S	TS	STS
X		<del>X</del>	

Kamu tidak perlu mencantumkan nama sehingga kerahasiaan jawaban ini akan terjaga. Oleh karena itu diharapkan memberikan jawaban yang jujur dan sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya. Periksa kembali jawaban kamu dan jangan sampai ada yang terlewatkan sebelum mengembalikannya.

SELAMAT MENGERJAKAN 😊😊😊

## SKALA KONFORMITAS

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya merasa senang mengenakan pakaian yang sama seperti yang dikenakan teman-teman lainnya.					
2	Saya tidak harus mengikuti tren sekarang ini.					
3	Menurut saya mengikuti aturan yang di tetapkan oleh teman adalah cara termudah agar tidak dikucilkan.					
4	Saya mengikuti penampilan teman-teman saya agar terlihat modis.					
5	Saya merasa senang berpenampilan seperti yang disarankan teman-teman saya.					
6	Agar tidak ditinggalkan saya mengikuti kegiatan teman-teman saya.					
7	Saya akan membeli model pakaian yang sedang digemari saat ini.					
8	Saya merasa tidak harus sama dengan teman-teman yang lain.					
9	Saya akan menolak ajakan teman bila saya tidak menginginkannya.					
10	Saya mengikuti suatu kegiatan karena teman-temansaya juga mengikutinya.					
11	Agar tidak berbeda, saya akan mengikuti penampilan teman-teman saya.					
12	Saya merasa lebih puas membeli barang di tempat teman- teman saya biasa belanja.					
13	Saya tidak khawatir teman-teman menganggap penampilan saya berbeda dengan mereka.					
14	Saya dapat mengikuti kegiatan bersama teman-teman tanpa ada rasa khawatir ditolak					
15	Saya tidak akan mengikuti keinginan teman-teman jika sudah menyangkut prinsip.					
16	Saya tidak akan ikut acara teman kalau saya tidak suka.					
17	Saya khawatir dikucilkan oleh teman-teman apabila saya tidak melakukan hal-hal yang mereka inginkan.					

18	Saya memilih berpenampilan yang membuat saya nyaman walaupun berbeda.					
19	Saya tidak akan mengikuti keinginan teman-teman jika tidak sesuai dengan saya.					
20	Saya lebih yakin bila penampilan saya sama dengan teman-teman yang lain					
21	Saya yakin dengan penampilan saya sendiri.					
22	Walaupun sebenarnya tidak setuju saya mengikuti pendapat teman-teman saya					
23	Saya yakin dengan penampilan saya walaupun berbeda dengan teman.					



### SKALA PERILAKU KONSUMTIF

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	walaupun tertarik, saya tidak langsung memutuskan untuk membeli suatu barang.					
2	Pada dasarnya saya sulit terpengaruh untuk membeli barang yang tidak perlu					
3	Saya mudah tertarik membeli barang yang ditawarkan oleh sales.					
4	Ketika melihat barang dan suka saya langsung membelinya.					
5	Saya mudah tertarik untuk membeli barang-barang yang ditawarkan di toko-toko.					
6	Saya akan segera membeli apa yang ditawarkan oleh teman saya.					
7	Saya senang membeli barang yang tidak saya butuhkan karena bujukan teman.					
8	Skala prioritas selalu saya terapkan dalam menjalankan rencana pembelian.					
9	Ketika membeli barang, saya selalu memikirkan terlebih dahulu kebutuhan barang tersebut.					
10	Saya tetap nyaman memakai barang-barang lama walaupun banyak model baru bermunculan.					
11	Saya tidak akan membeli baju yang tidak cocok untuk saya walaupun modelnya sedang “tren”.					
12	Kalau saya sudah merasa cocok dengan satu model pakaian, saya tidak tergoda untuk mencoba model yang lain.					
13	Saya berusaha mempengaruhi agar seluruh keluarga mengikuti model yang sedang digemari					

14	Saya harus memiliki barang yang sedang digemari walaupun palsu.					
15	Ketika membeli barang saya tertarik karena saya senang modelnya.					
16	Di saat harga murah membuat saya memutuskan untuk membeli meskipun sebenarnya kurang terlalu dibutuhkan.					
17	Saya membiasakan diri untuk hidup sederhana.					
18	Saya tidak akan membeli barang baru selama barang lama saya masih bisa digunakan.					
19	Saya akan segera meniru apa-apa yang dibeli teman saya.					
20	Saya banyak membeli barang agar tidak berbedadengan teman-teman saya.					
21	Saya selalu berusaha mengikuti mode.					
22	Saya selalu ingin membeli barang-barang yang sedang digemari di kalangan remaja.					
23	Saya berusaha memiliki produk-produk yang bermerk.					
24	Saya selalu ingin memiliki barang yang dimiliki oleh teman saya.					
25	Jika saya melihat teman lain memiliki barang baru, saya akan segera membeli walaupun belum saya butuhkan.					
26	Meskipun teman saya membeli pakaian model terbaru, saya tidak akan terpengaruh.					
27	Saya mudah penasaran untuk mencoba produk baru yang diiklankan di TV.					

#### Lampiran 4 Data Warga Asrama Ar-roudloh

No.	Nama	Asrama	Kode	Kamar
1	ALFINA AMALIA ZAHROH	Ar - Roudloh	L	5
2	ANIK KHIYARUN NISA	Ar - Roudloh	L	1
3	ASNA ZUNAIROH	Ar - Roudloh	L	1
4	DALILAH EL BARUROH	Ar - Roudloh	L	2
5	DEWI AKRIMATUSSURUR	Ar - Roudloh	L	3
6	DEWI FATIMAH	Ar - Roudloh	L	1
7	DEWI ROIKHANATUZ ZAHROH	Ar - Roudloh	L	3
8	DIANA LU'LUATUL LAMAHA	Ar - Roudloh	L	2
9	FAIQOH NIDA	Ar - Roudloh	L	5
10	FARFASA DHURIYATUS SHOLEHAH	Ar - Roudloh	L	1
11	FIDA FUAIDIYAH ZUMZUMI	Ar - Roudloh	L	2
12	FIRDA AKSANIN NADIYA	Ar - Roudloh	L	5
13	HILYATUL MUNAWWAROH	Ar - Roudloh	L	4
14	HURIN IN MASRUHA	Ar - Roudloh	L	1
15	IANATUR ROHMAH	Ar - Roudloh	L	1
16	IEFA ALAWIYATUL MUNA	Ar - Roudloh	L	5
17	IMROATUL MAHMUDDAH	Ar - Roudloh	L	4
18	INAYATUR ROFIAH	Ar - Roudloh	L	5
19	INDA ELMI AVIDA	Ar - Roudloh	L	1
20	ISMAYA SHOFA	Ar - Roudloh	L	2
21	ISMI HIDAYATI KULSUM	Ar - Roudloh	L	4
22	ISNA FITRIATUS SOLIHAN	Ar - Roudloh	L	5
23	KUNI QUROTA AINIA	Ar - Roudloh	L	3
24	KUNI QUR`ROTA AINI	Ar - Roudloh	L	4
25	LULUK AINUN NISA	Ar - Roudloh	L	2
26	LULUK ARIFATUN NISA	Ar - Roudloh	L	2
27	LUTFIATUN NAFI`AH	Ar - Roudloh	L	4
28	MARSYANDA WENINDYAH HAMAMINANTO	Ar - Roudloh	L	3
29	MIR`ATUS SHOLEHA	Ar - Roudloh	L	2
30	MUFARRIHATUZ ZUHDATAINI	Ar - Roudloh	L	4
31	NAILIN ILMI AMALIYAH	Ar - Roudloh	L	4
32	NAJMA HAMADA	Ar - Roudloh	L	3
33	NAJWA LAYALI TAMA	Ar - Roudloh	L	4
34	NAYLI TAUFIQOH	Ar - Roudloh	L	1
35	NGINDANA MAWA SAADAH	Ar - Roudloh	L	2
36	NIA AVIENDA	Ar - Roudloh	L	2
37	NILA SA`ADAH	Ar - Roudloh	L	1
38	NING FATIMATUZ ZAHRO	Ar - Roudloh	L	1
39	NISA NUR LAILA	Ar - Roudloh	L	3
40	NOVI FAIZATUL ANISA	Ar - Roudloh	L	5

41	NURNAILATUL HIKMAH	Ar - Roudloh	L	3
42	NURUL HIDAYAH	Ar - Roudloh	L	3
43	NURUL HIDAYATUL HIKMAH	Ar - Roudloh	L	3
44	NURUL LAILIA	Ar - Roudloh	L	4
45	QOIMATUL LAILI	Ar - Roudloh	L	1
46	QORI`ATUS SHOLIHA	Ar - Roudloh	L	5
47	QORRY NAILA SYARIFAH	Ar - Roudloh	L	3
48	RAFIDA FISMI ROBIK	Ar - Roudloh	L	1
49	RESTU FITRIAH ANGGRAENI	Ar - Roudloh	L	1
50	RISKI YATUL FITRIYAH	Ar - Roudloh	L	2
51	RIVA RAUDATUL JANNAH	Ar - Roudloh	L	2
52	ROSSYA NABILA	Ar - Roudloh	L	2
53	SENDY PRAYOGI	Ar - Roudloh	L	4
54	SHAFWATUN NAFISAH	Ar - Roudloh	L	5
55	SHOVI AZIZY	Ar - Roudloh	L	3
56	SITI BARIROTUN NURYATUR ROHMA	Ar - Roudloh	L	1
57	SITI YUSRIAH	Ar - Roudloh	L	2
58	SOFYA FINASTIANI	Ar - Roudloh	L	4
59	SRI LESTARI	Ar - Roudloh	L	1
60	VIVI INDAH LESTARI	Ar - Roudloh	L	5
61	WAFIQ ZAHROTUN NISA	Ar - Roudloh	L	1
62	WALIDATUN NAFISAH	Ar - Roudloh	L	2
63	WARISA BILQIS	Ar - Roudloh	L	5
64	ZUHRAINA NUR FUADAH	Ar - Roudloh	L	5
65	ZULFA SILFIYA	Ar - Roudloh	L	2
66	ZUMROTUS SYARIFAH AL KHOIRIYAH	Ar - Roudloh	L	5

**Lampiran 5 Deskripsi Data Penelitian**

**Hasil Kuesioner Konfomitas Teman Sebaya**

<b>RESPONDEN/NO</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>
ALFINA AMALIA ZAHROH	3	5	1	1	5	3	3	5	5	3	5	5	5	3	5	5	1	5	5	3	1	4	5
ANIK KHIYARUN NISA	2	4	4	4	3	2	3	5	5	3	4	3	3	4	5	5	1	3	4	3	4	2	3
ASNA ZUNAIROH	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3
DALILAH EL BARUROH	3	3	2	2	2	2	3	4	5	2	2	3	4	4	5	5	2	5	5	3	5	2	5
DEWI AKRIMATUSSURUR	3	3	2	2	2	3	3	3	5	3	4	2	4	3	4	5	2	5	5	3	5	3	5
DEWI FATIMAH	2	4	2	2	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	5	3	3	5	2	4
DEWI ROIKHANATUZ ZAHROH	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4
DIANA LU'LUATUL LAMAHA	4	4	3	3	5	2	5	5	5	3	3	4	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	5
FAIQOH NIDA	5	2	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	2	5	4	2	5	2	2	5	4	5	2
FARFASA	2	4	1	1	3	3	3	5	5	2	1	1	5	5	5	5	1	5	5	3	5	1	5

DHURIYATUS SHOLEHAH																								
FIDA FUAIDIYAH ZUMZUMI	1	4	5	3	5	5	3	5	5	3	4	3	5	4	5	5	3	5	5	3	5	3	5	
FIRDA AKSANIN NADIYA	4	3	3	4	3	4	3	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	3	4	5	4	3	
HILYATUL MUNAWWAROH	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	
HURIN IN MASRUHA	5	4	4	4	4	4	5	5	4	2	3	2	5	3	5	5	2	5	5	4	5	2	5	
IANATUR ROHMAH	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	
IEFA ALAWIYATUL MUNA	3	4	3	4	4	3	5	5	4	3	3	4	5	5	5	5	3	5	5	4	4	3	4	
IMROATUL MAHMUDDAH	2	4	2	5	4	3	5	3	2	4	3	5	2	4	3	5	3	4	2	4	3	5	3	
INAYATUR ROFIAH	5	4	3	4	5	5	4	3	5	4	3	4	4	5	3	3	4	3	4	5	3	4	3	
INDA ELMI AVIDA	3	4	1	1	5	2	2	2	5	3	2	2	3	3	5	5	2	5	5	4	5	2	4	
ISMAYA SHOFA	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	1	1	5	3	3	5	
ISMI HIDAYATI	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	2	3	5	



NAJMA HAMADA	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
NAJWA LAYALI TAMA	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5
NAYLI TAUFIQOH	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
NGINDANA MAWA SAADAH	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	5	5
NIA AVIENDA	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	5	3
NILA SA`ADAH	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	4	4
NING FATIMATUZ ZAHRO	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5
NISA NUR LAILA	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
NOVI FAIZATUL ANISA	5	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
NURNAILATUL HIKMAH	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
NURUL HIDAYAH	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
NURUL HIDAYATUL HIKMAH	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5









FARFASA DHURIYATUS SHOLEHAH	3	3	3	3	3	3	2	4	5	4	5	3	1	1	4	2	3	4	1	1	3	3	3	1	1	4	3
FIDA FUAIDIYAH ZUMZUMI	5	5	3	5	5	3	2	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	5	2	3	5	3	3	2	3	5	3
FIRDA AKSANIN NADIYA	4	2	4	5	4	2	4	4	2	4	3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	5	5
HILYATUL MUNAWWAROH	3	3	3	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5
HURIN IN MASRUHA	5	4	2	4	4	3	2	4	4	4	1	4	3	3	5	4	4	3	2	2	4	4	2	4	3	3	3
IANATUR ROHMAH	5	4	3	3	2	3	3	4	5	5	3	4	3	3	4	3	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	5
IEFA ALAWIYATUL MUNA	5	3	3	4	3	3	3	5	5	3	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	5	5	5
IMROATUL MAHMUDDAH	4	4	3	5	4	3	4	2	5	3	4	4	2	4	5	3	5	3	5	4	5	4	5	4	3	4	5
INAYATUR ROFIAH	4	3	3	3	4	3	2	3	5	3	5	3	3	2	5	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4

INDA ELMI AVIDA	5	3	2	3	3	4	5	5	5	3	5	1	2	4	3	2	3	4	4	3	3	4	1	1	4	1	5
ISMAYA SHOFA	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	1	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5
ISMI HIDAYATI KULSUM	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	2	5	5	5	4	5	4	5	5
ISNA FITRIATUS SOLIHAN	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	3	2	5	5	5	5	5	5	5	4
KUNI QUROTA AINIA	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	4	2	5	5	4	5	5	5	5	5
KUNI QUR`ROTA AINI	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	4	3	2	4	4	5	5	5	4	4	5
LULUK AINUN NISA	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	2	2	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4
LULUK ARIFATUN NISA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	4	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5
LUTFIATUN NAFI`AH	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5
MARSYANDA WENINDYAH	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	2	2	5	5	5	5	4	5	4	5	5



NISA NUR LAILA	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	
NOVI FAIZATUL ANISA	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	
NURNAILATUL HIKMAH	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
NURUL HIDAYAH	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
NURUL HIDAYATUL HIKMAH	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	
NURUL LAILIA	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
QOIMATUL LAILI	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4
QORI'ATUS SHOLIHA	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
QORRY NAILA SYARIFAH	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5
RAFIDA FISMI ROBIK	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
RESTU FITRIAH	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4





**Lampiran 6 Uji Validitas dan Reliabilitas**

**Uji Validitas Konformitas**

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
X1 Pearson Correlation	1	.303*	.542**	.528**	.489**	.527**	.615**	.194	.175	.527**	.500**	.528**	.235	.269*	.180	-.052	.555**
X2 Pearson Correlation	.303*	1	.208	.320*	.395**	.276*	.484**	.416**	.382**	.320*	.338*	.418**	.312*	.325*	.312*	.182	.078
X2 Sig. (2-tailed)	.022		.121	.015	.002	.038	.000	.001	.003	.015	.010	.001	.018	.014	.018	.176	.565
X2 N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X3 Pearson Correlation	.542**	.208	1	.723**	.439**	.680**	.578**	.340**	.088	.633**	.668**	.539**	.347**	.312*	.228	-.069	.619**
X3 Sig. (2-tailed)	.000	.121		.000	.001	.000	.000	.010	.514	.000	.000	.000	.008	.018	.088	.609	.000
X3 N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X4 Pearson Correlation	.528**	.320*	.723**	1	.405**	.649**	.749**	.278*	-.031	.732**	.597**	.704**	.163	.437**	.027	-.060	.686**
X4 Sig. (2-tailed)	.000	.015	.000		.002	.000	.000	.036	.820	.000	.000	.000	.227	.001	.839	.655	.000



N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X9 Pearson Correlation	.175	.382**	.088	-.031	.093	.117	.074	.360**	1	.018	.143	.024	.335*	.144	.432**	.289*	.032
Sig. (2-tailed)	.193	.003	.514	.820	.493	.384	.586	.006	.897	.287	.859	.011	.287	.001	.029	.815	
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X10 Pearson Correlation	.527**	.320*	.633**	.732**	.474**	.620**	.608**	.265*	.018	1	.701**	.728**	.190	.443**	.092	-.159	.738**
Sig. (2-tailed)	.000	.015	.000	.000	.000	.000	.000	.047	.897	.000	.000	.157	.001	.496	.238	.000	
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X11 Pearson Correlation	.500**	.338*	.668**	.597**	.338*	.555**	.489**	.378**	.143	.701**	1	.655**	.313*	.306*	.241	-.020	.567**
Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.000	.010	.000	.000	.004	.287	.000	.000	.000	.018	.021	.071	.880	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X12 Pearson Correlation	.528**	.418**	.539**	.704**	.548**	.538**	.656**	.289*	.024	.728**	.655**	1	.172	.422**	.121	-.115	.605**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.029	.859	.000	.000	.000	.201	.001	.371	.395	.000

N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X13 Pearson Correlation	.235	.312*	.347**	.163	.175	.237	.258	.596**	.335*	.190	.313*	.172	1	.215	.252	.182	.131
Sig. (2-tailed)	.078	.018	.008	.227	.194	.076	.052	.000	.011	.157	.018	.201		.108	.058	.174	.333
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X14 Pearson Correlation	.269*	.325*	.312*	.437**	.345**	.232	.509**	.335*	.144	.443**	.306*	.422**	.215	1	.213	.005	.393**
Sig. (2-tailed)	.043	.014	.018	.001	.008	.082	.000	.011	.287	.001	.021	.001	.108		.112	.973	.002
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X15 Pearson Correlation	.180	.312*	.228	.027	.092	.122	.153	.605**	.432**	.092	.241	.121	.252	.213	1	.258	.111
Sig. (2-tailed)	.179	.018	.088	.839	.494	.364	.254	.000	.001	.496	.071	.371	.058	.112		.052	.410
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X16 Pearson Correlation	-.052	.182	-.069	-.060	-.139	-.159	.029	.235	.289*	-.159	-.020	-.115	.182	.005	.258	1	.007
Sig. (2-tailed)	.700	.176	.609	.655	.304	.238	.829	.079	.029	.238	.880	.395	.174	.973	.052		.958

N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
X17 Pearson Correlation	.555**	.078	.619**	.686**	.424**	.639**	.542**	.135	.032	.738**	.567**	.605**	.131	.393**	.111	.007	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.565	.000	.000	.001	.000	.000	.316	.815	.000	.000	.000	.333	.002	.410	.958		
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	
X18 Pearson Correlation	-.136	.021	-.231	-.229	-.174	-.059	-.131	.160	.188	-.202	-.117	-.133	.094	.102	.187	.560**	-.044	
Sig. (2-tailed)	.314	.876	.084	.087	.195	.664	.333	.233	.162	.132	.387	.325	.489	.451	.163	.000	.742	
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	
X19 Pearson Correlation	-.065	.053	-.095	-.247	-.141	-.090	-.151	.163	.285*	-.240	-.096	-.217	.182	.120	.187	.522**	-.058	
Sig. (2-tailed)	.633	.697	.484	.064	.296	.506	.261	.226	.032	.072	.477	.104	.174	.374	.164	.000	.668	
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	
X20 Pearson Correlation	.500**	.133	.407**	.445**	.334*	.465**	.441**	.082	-.035	.465**	.410**	.455**	.127	.388**	.104	.257	.689**	
Sig. (2-tailed)	.000	.325	.002	.001	.011	.000	.001	.544	.795	.000	.002	.000	.346	.003	.442	.053	.000	



TOT	Pearson																	
AL	Correlation	.571**	.388**	.639**	.648**	.521**	.651**	.588**	.396**	.288*	.675**	.550**	.609**	.372**	.506**	.318*	.280*	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.030	.000	.000	.000	.004	.000	.016	.035	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57

**Correlations**

		X18	X19	X20	X21	X22	X23	TOTAL
X1	Pearson Correlation	-.136	-.065	.500**	-.059	.400**	.091	.571**
	Sig. (2-tailed)	.314	.633	.000	.661	.002	.503	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X2	Pearson Correlation	.021	.053	.133	-.136	.169	.103	.388**
	Sig. (2-tailed)	.876	.697	.325	.314	.208	.447	.003
	N	57	57	57	57	57	57	57
X3	Pearson Correlation	-.231	-.095	.407**	.013	.368**	-.005	.639**

	Sig. (2-tailed)	.084	.484	.002	.925	.005	.972	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X4	Pearson Correlation	-.229	-.247	.445**	-.033	.533**	-.114	.648**
	Sig. (2-tailed)	.087	.064	.001	.808	.000	.397	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X5	Pearson Correlation	-.174	-.141	.334*	-.159	.354**	.029	.521**
	Sig. (2-tailed)	.195	.296	.011	.238	.007	.828	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X6	Pearson Correlation	-.059	-.090	.465**	-.015	.480**	.013	.651**
	Sig. (2-tailed)	.664	.506	.000	.909	.000	.923	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X7	Pearson Correlation	-.131	-.151	.441**	-.067	.444**	.029	.588**
	Sig. (2-tailed)	.333	.261	.001	.619	.001	.830	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57



X8	Pearson Correlation	.160	.163	.082	-.008	.120	.330 <sup>+</sup>	.396 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.233	.226	.544	.953	.375	.012	.002
	N	57	57	57	57	57	57	57
X9	Pearson Correlation	.188	.285 <sup>+</sup>	-.035	.246	-.111	.214	.288 <sup>+</sup>
	Sig. (2-tailed)	.162	.032	.795	.065	.412	.109	.030
	N	57	57	57	57	57	57	57
X10	Pearson Correlation	-.202	-.240	.465 <sup>**</sup>	-.165	.600 <sup>**</sup>	-.032	.675 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.132	.072	.000	.219	.000	.812	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X11	Pearson Correlation	-.117	-.096	.410 <sup>**</sup>	-.167	.502 <sup>**</sup>	-.003	.550 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.387	.477	.002	.216	.000	.981	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X12	Pearson Correlation	-.133	-.217	.455 <sup>**</sup>	-.218	.590 <sup>**</sup>	-.069	.609 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.325	.104	.000	.103	.000	.610	.000

	N	57	57	57	57	57	57	57
X13	Pearson Correlation	.094	.182	.127	.008	-.014	.457**	.372**
	Sig. (2-tailed)	.489	.174	.346	.954	.915	.000	.004
	N	57	57	57	57	57	57	57
X14	Pearson Correlation	.102	.120	.388**	.142	.332*	.007	.506**
	Sig. (2-tailed)	.451	.374	.003	.291	.012	.959	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X15	Pearson Correlation	.187	.187	.104	.088	.028	.269*	.318*
	Sig. (2-tailed)	.163	.164	.442	.514	.837	.043	.016
	N	57	57	57	57	57	57	57
X16	Pearson Correlation	.560**	.522**	.257	.445**	.159	.412**	.280*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.053	.001	.239	.001	.035
	N	57	57	57	57	57	57	57
X17	Pearson Correlation	-.044	-.058	.689**	.145	.653**	.120	.766**

	Sig. (2-tailed)	.742	.668	.000	.283	.000	.372	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X18	Pearson Correlation	1	.734**	.257	.514**	.182	.312*	.274*
	Sig. (2-tailed)		.000	.054	.000	.176	.018	.039
	N	57	57	57	57	57	57	57
X19	Pearson Correlation	.734**	1	.282*	.458**	.236	.235	.291*
	Sig. (2-tailed)	.000		.034	.000	.077	.078	.028
	N	57	57	57	57	57	57	57
X20	Pearson Correlation	.257	.282*	1	.331*	.623**	.080	.691**
	Sig. (2-tailed)	.054	.034		.012	.000	.556	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X21	Pearson Correlation	.514**	.458**	.331*	1	.059	.104	.280*
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.012		.661	.442	.035
	N	57	57	57	57	57	57	57

X22	Pearson Correlation	.182	.236	.623**	.059	1	-.071	.683**
	Sig. (2-tailed)	.176	.077	.000	.661		.599	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57
X23	Pearson Correlation	.312*	.235	.080	.104	-.071	1	.261*
	Sig. (2-tailed)	.018	.078	.556	.442	.599		.050
	N	57	57	57	57	57	57	57
TOTAL	Pearson Correlation	.274*	.291*	.691**	.280*	.683**	.261*	1
	Sig. (2-tailed)	.039	.028	.000	.035	.000	.050	
	N	57	57	57	57	57	57	57

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Validitas Perilaku Konsumtif

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20
Y1																				
Pearson Correlation	1	.565**	.222	.124	.101	.094	.193	.314*	.450**	.479**	.302*	.386**	.314*	.244	.172	.161	.114	.091	-.086	.139
Sig. (2-tailed)		.000	.096	.359	.455	.486	.150	.017	.000	.000	.023	.003	.018	.067	.201	.232	.399	.501	.523	.304
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y2																				
Pearson Correlation	.565**	1	.291*	.313*	.258	.261*	.165	.295*	.442**	.530**	.519**	.655**	.454**	.140	.163	.176	.111	.098	-.087	.163
Sig. (2-tailed)	.000		.028	.018	.052	.050	.221	.026	.001	.000	.000	.000	.000	.299	.226	.190	.409	.468	.518	.225
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y3																				
Pearson Correlation	.222	.291*	1	.714**	.703**	.802**	.767**	.474**	.070	.450**	.288*	.555**	.785**	.763**	.486**	.436**	.259	.217	.171	.768**
Sig. (2-tailed)	.096	.028		.000	.000	.000	.000	.000	.607	.000	.030	.000	.000	.000	.000	.001	.052	.105	.205	.000
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y4																				
Pearson Correlation	.124	.313*	.714**	1	.743**	.648**	.663**	.291*	.110	.380**	.165	.534**	.612**	.638**	.544**	.415**	.259	.283*	.130	.610**

	Sig. (2-tailed)	.359	.018	.000		.000	.000	.000	.028	.415	.004	.219	.000	.000	.000	.000	.001	.052	.033	.335	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y5	Pearson Correlation	.101	.258	.703**	.743**	1	.703**	.669**	.318*	.169	.442**	.257	.502**	.567**	.632**	.535**	.392**	.167	.156	.228	.673**	
	Sig. (2-tailed)	.455	.052	.000	.000		.000	.000	.016	.208	.001	.054	.000	.000	.000	.000	.003	.214	.248	.088	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y6	Pearson Correlation	.094	.261*	.802**	.648**	.703**	1	.775**	.440**	.168	.398**	.244	.451**	.648**	.711**	.406**	.289*	.316*	.258	.200	.737**	
	Sig. (2-tailed)	.486	.050	.000	.000	.000		.000	.001	.211	.002	.067	.000	.000	.000	.002	.029	.017	.052	.136	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y7	Pearson Correlation	.193	.165	.767**	.663**	.669**	.775**	1	.318*	.111	.359**	.150	.289*	.594**	.860**	.258	.258	.102	.223	.384**	.768**	
	Sig. (2-tailed)	.150	.221	.000	.000	.000	.000		.016	.409	.006	.266	.029	.000	.000	.052	.052	.449	.095	.003	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y8	Pearson Correlation	.314*	.295*	.474**	.291*	.318*	.440**	.318*	1	.142	.273*	.266*	.335*	.419**	.326*	.222	.386**	-.036	.096	.041	.373**	

	Sig. (2-tailed)	.017	.026	.000	.028	.016	.001	.016		.292	.040	.045	.011	.001	.013	.097	.003	.793	.479	.761	.004
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y9	Pearson Correlation	.450**	.442**	.070	.110	.169	.168	.111	.142	1	.264*	.409**	.318*	.100	-.042	.006	.010	.151	.162	.079	.079
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.607	.415	.208	.211	.409	.292		.047	.002	.016	.460	.757	.966	.942	.263	.230	.560	.559
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y10	Pearson Correlation	.479**	.530**	.450**	.380**	.442**	.398**	.359**	.273*	.264*	1	.343**	.588**	.406**	.331*	.226	.216	.122	.213	.018	.396**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.001	.002	.006	.040	.047		.009	.000	.002	.012	.091	.107	.367	.112	.892	.002
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y11	Pearson Correlation	.302*	.519**	.288*	.165	.257	.244	.150	.266*	.409**	.343**	1	.391**	.307*	.077	.198	.129	.071	.108	-.038	.165
	Sig. (2-tailed)	.023	.000	.030	.219	.054	.067	.266	.045	.002	.009		.003	.020	.569	.140	.340	.598	.425	.781	.219
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y12	Pearson Correlation	.386**	.655**	.555**	.534**	.502**	.451**	.289*	.335*	.318*	.588**	.391**	1	.483**	.312*	.386**	.483**	.335*	.153	-.056	.460**

	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.029	.011	.016	.000	.003		.000	.018	.003	.000	.011	.256	.680	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y13	Pearson Correlation	.314*	.454**	.785**	.612**	.567**	.648**	.594**	.419**	.100	.406**	.307*	.483**	1	.601**	.311*	.410**	.182	.165	.089	.586**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.460	.002	.020	.000		.000	.019	.002	.174	.221	.510	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y14	Pearson Correlation	.244	.140	.763**	.638**	.632**	.711**	.860**	.326*	-.042	.331*	.077	.312*	.601**	1	.329*	.303*	.117	.136	.321*	.801**
	Sig. (2-tailed)	.067	.299	.000	.000	.000	.000	.000	.013	.757	.012	.569	.018	.000		.012	.022	.387	.311	.015	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y15	Pearson Correlation	.172	.163	.486**	.544**	.535**	.406**	.258	.222	.006	.226	.198	.386**	.311*	.329*	1	.360**	.195	-.121	.004	.354**
	Sig. (2-tailed)	.201	.226	.000	.000	.000	.002	.052	.097	.966	.091	.140	.003	.019	.012		.006	.146	.369	.977	.007
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y16	Pearson Correlation	.161	.176	.436**	.415**	.392**	.289*	.258	.386**	.010	.216	.129	.483**	.410**	.303*	.360**	1	.280*	.088	.267*	.418**



	Sig. (2-tailed)	.232	.190	.001	.001	.003	.029	.052	.003	.942	.107	.340	.000	.002	.022	.006		.035	.516	.045	.001
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y17	Pearson Correlation	.114	.111	.259	.259	.167	.316*	.102	-.036	.151	.122	.071	.335*	.182	.117	.195	.280*	1	.437**	-.084	.144
	Sig. (2-tailed)	.399	.409	.052	.052	.214	.017	.449	.793	.263	.367	.598	.011	.174	.387	.146	.035		.001	.532	.284
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y18	Pearson Correlation	.091	.098	.217	.283*	.156	.258	.223	.096	.162	.213	.108	.153	.165	.136	-.121	.088	.437**	1	.010	.112
	Sig. (2-tailed)	.501	.468	.105	.033	.248	.052	.095	.479	.230	.112	.425	.256	.221	.311	.369	.516	.001		.942	.406
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y19	Pearson Correlation	-.086	-.087	.171	.130	.228	.200	.384**	.041	.079	.018	-.038	-.056	.089	.321*	.004	.267*	-.084	.010	1	.412**
	Sig. (2-tailed)	.523	.518	.205	.335	.088	.136	.003	.761	.560	.892	.781	.680	.510	.015	.977	.045	.532	.942		.001
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y20	Pearson Correlation	.139	.163	.768**	.610**	.673**	.737**	.768**	.373**	.079	.396**	.165	.460**	.586**	.801**	.354**	.418**	.144	.112	.412**	1

	Sig. (2-tailed)	.304	.225	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.559	.002	.219	.000	.000	.000	.007	.001	.284	.406	.001	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y21	Pearson Correlation	.091	.196	.694**	.673**	.676**	.678**	.630**	.165	.216	.204	.108	.363**	.568**	.607**	.373**	.338*	.323*	.274*	.198	.645**
	Sig. (2-tailed)	.501	.143	.000	.000	.000	.000	.000	.220	.107	.127	.425	.006	.000	.000	.004	.010	.014	.039	.141	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y22	Pearson Correlation	.053	.195	.703**	.517**	.547**	.747**	.656**	.259	.150	.278*	.088	.331*	.588**	.622**	.251	.335*	.154	.176	.261*	.757**
	Sig. (2-tailed)	.694	.145	.000	.000	.000	.000	.000	.052	.265	.036	.517	.012	.000	.000	.059	.011	.254	.190	.050	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y23	Pearson Correlation	.055	.299*	.691**	.523**	.566**	.661**	.593**	.196	.208	.320*	.123	.481**	.605**	.537**	.187	.297*	.265*	.231	.249	.613**
	Sig. (2-tailed)	.683	.024	.000	.000	.000	.000	.000	.144	.120	.015	.363	.000	.000	.000	.164	.025	.046	.083	.062	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57
Y24	Pearson Correlation	.162	.304*	.739**	.602**	.714**	.747**	.725**	.210	.104	.419**	.078	.503**	.680**	.744**	.391**	.346**	.213	.081	.224	.801**



TOT Pearson																					
AL Correlation	.373**	.405**	.841**	.687**	.732**	.802**	.794**	.406**	.314*	.524**	.311*	.601**	.696**	.782**	.395**	.520**	.387**	.310*	.394**	.792**	
Sig. (2-tailed)	.004	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.017	.000	.019	.000	.000	.000	.002	.000	.003	.019	.002	.000	
N	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	57	

**Correlations**

		Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26	Y27	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	.091	.053	.055	.162	.134	.318*	.019	.373**
	Sig. (2-tailed)	.501	.694	.683	.228	.322	.016	.888	.004
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y2	Pearson Correlation	.196	.195	.299*	.304*	.094	.479**	-.140	.405**
	Sig. (2-tailed)	.143	.145	.024	.021	.485	.000	.299	.002
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y3	Pearson Correlation	.694**	.703**	.691**	.739**	.612**	.320*	.558**	.841**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.015	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y4	Pearson Correlation	.673**	.517**	.523**	.602**	.382**	.370**	.399**	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.005	.002	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y5	Pearson Correlation	.676**	.547**	.566**	.714**	.496**	.297*	.297*	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.025	.025	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y6	Pearson Correlation	.678**	.747**	.661**	.747**	.691**	.110	.592**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.416	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y7	Pearson Correlation	.630**	.656**	.593**	.725**	.649**	.058	.653**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.667	.000	.000



Y12	Pearson Correlation	.363**	.331*	.481**	.503**	.142	.604**	.045	.601**
	Sig. (2-tailed)	.006	.012	.000	.000	.292	.000	.740	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y13	Pearson Correlation	.568**	.588**	.605**	.680**	.542**	.332*	.371**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.012	.004	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y14	Pearson Correlation	.607**	.622**	.537**	.744**	.683**	.175	.615**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.192	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y15	Pearson Correlation	.373**	.251	.187	.391**	.152	.195	.064	.395**
	Sig. (2-tailed)	.004	.059	.164	.003	.258	.147	.634	.002
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y16	Pearson Correlation	.338*	.335*	.297*	.346**	.141	.311*	.196	.520**
	Sig. (2-tailed)	.010	.011	.025	.008	.294	.019	.143	.000

	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y17	Pearson Correlation	.323 <sup>*</sup>	.154	.265 <sup>*</sup>	.213	.199	.144	.191	.387 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.014	.254	.046	.112	.138	.286	.155	.003
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y18	Pearson Correlation	.274 <sup>*</sup>	.176	.231	.081	.232	.098	.204	.310 <sup>*</sup>
	Sig. (2-tailed)	.039	.190	.083	.551	.083	.466	.128	.019
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y19	Pearson Correlation	.198	.261 <sup>*</sup>	.249	.224	.297 <sup>*</sup>	-.091	.370 <sup>**</sup>	.394 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.141	.050	.062	.093	.025	.502	.005	.002
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y20	Pearson Correlation	.645 <sup>**</sup>	.757 <sup>**</sup>	.613 <sup>**</sup>	.801 <sup>**</sup>	.731 <sup>**</sup>	.324 <sup>*</sup>	.588 <sup>**</sup>	.792 <sup>**</sup>
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.014	.000	.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y21	Pearson Correlation	1	.725 <sup>**</sup>	.706 <sup>**</sup>	.752 <sup>**</sup>	.689 <sup>**</sup>	.324 <sup>*</sup>	.592 <sup>**</sup>	.725 <sup>**</sup>





Y26	Pearson Correlation	.324*	.219	.400**	.345**	.139	1	-.012	.369**
	Sig. (2-tailed)	.014	.101	.002	.009	.302		.929	.005
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
Y27	Pearson Correlation	.592**	.617**	.523**	.474**	.560**	-.012	1	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.929		.000
	N	57	57	57	57	57	57	57	57
TOTAL	Pearson Correlation	.725**	.715**	.711**	.775**	.664**	.369**	.541**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000	
	N	57	57	57	57	57	57	57	57

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas

### Konformitas

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.885	23

### Perilaku Konsumtif

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	27

## Lampiran 7 Uji Asumsi

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		57
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	9.48920592
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.083
	Negative	-.101
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### Uji Linearitas

#### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILA KU	Between Groups	(Combine d)	54536.675	41	1330.163	10.665	.000
KONSU MTIF *		Linearity	51364.987	1	51364.987	411.835	.000
KONFOR MITAS		Deviation from Linearity	3171.688	40	79.292	.636	.874
Within Groups			1870.833	15	124.722		
Total			56407.509	56			

## Lampiran 8 Uji Hipotesis

### Uji Persamaan Regresi Linear Sederhana

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.104	6.141		.171	.865
KONFORMITAS	1.124	.048	.954	23.670	.000

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

### Uji Regresi Linear Sederhana

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51364.987	1	51364.987	560.250	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5042.522	55	91.682		
	Total	56407.509	56			

a. Dependent Variable: PERILAKU KONSUMTIF

b. Predictors: (Constant), KONFORMITAS

### Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ )

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.954 <sup>a</sup>	.911	.909	9.57508

a. Predictors: (Constant), KONFORMITAS

## Lampiran 9 Hasil Wawancara

Responden 1 (wawancara personal 22 Juni 2021)

A : Mbak, seneng belanja gak? Terus kalo ada barang keluaran terbaru atau ada promo gitu, mbak langsung belanja gak?

B : Kalo belanja sih iya, suka lah, ya kalo udah pengen ya langsung beli aja

A : Alasan mbak seneng belanja apa sih?

B : Kalo udah cape karena banyak kegiatan, kadang dengan belanja rasa capenya gak terlalu aja gitu

A : Kalo ada temen deketnya beli barang keluaran terbaru, mbak gimana? Ikut beli gak?

B : Kalo lihat temennya beli barang baru, kalo saya suka, ya ikut beli juga

Responden 2 (wawancara personal 22 Juni 2021)

A : Mbak, seneng belanja gak? Terus kalo ada barang keluaran terbaru atau ada promo gitu, mbak langsung belanja gak?

B : Saya sih kalo mau beli sesuatu kalo emang sreg ya dibeli, sama juga kalo ada yang promosi gitu. Tapi mbak, sy itu kalo sekalinya pengen ya harus keturutan

A : Kalo ada temen deketnya beli barang keluaran terbaru, mbak gimana? Ikut beli gak?

B : Ya kalo ngikutin temen juga gitu mbak, kalo sreg ya ikut beli. Tapi seringnya emang beli bareng temen biar samaan

Responden 3 (wawancara personal 24 Juni 2021)

A : Mbak, kalo ada barang keluaran terbaru, mbak mudah tertarik gak? Terus langsung beli gak?

B : Saya suka *fashion* mbak, dan harus *up to date* banget sama model-model baju yang keluaran terbaru, pokoknya kalo saya harus jadi pelopor dari apa aja yang lagi *nge-trend*. Saya kan sering ke warnet, jadi tau mbak yan lagi *trend* sekarang itu apa. Saya ngikutin selebgram atau youtuber, nanti temen-temen saya gikutin saya.

Responden 4 (wawancara personal 24 Juni 2021)

A : Mbak, kalo ada barang keluaran terbaru yang lagi *trend*, langsung beli gak?

B : Saya kalo mau beli sesuatu pasti tanya dulu sih mbak sama temen-temen, kalo katanya bagus, cocok atau enak gitu, baru saya beli. Contoh bajau ya, soalnya kalo aku pake baju yang gak tau penilaian dari orang itu rasanya aneh aja gitu. Makanan juga sih gitu, kalo belum teu testimoni dari temen-temen, jarang aja mau coba.

A : Mbak kalo beli sesuatu itu sering gak sih? Atau ngedahuluiin kebutuhan dulu, baru beli barang yang lagi *trend*?

B : Kalo sering banget beli sih enggak, Cuma ya sebulan sekali iu pasti.

Responden 5 (wawancara personal 25 Juni 2021)

A : Mbak, suka belanja barang atau makanan yang lagi *trend* gak? Terus kalo ada barang keluaran terbaru atau ada promo gitu, mbak langsung belanja gak?

B : Saya bingung jelasinnya mbak, pokoknya *trend* terbaru atau ada yang nawarin saya apa aja gitu, pasti aja rasanya pengen beli aja. Kalo belum rasanya itu dihantui penasaran.

A : Kalo pas temennya beli sesuatu, mbak iku beli gak?

B : Ya apalagi kalo lihat temennya ada yang beli sesuatu, greget aja kalo gak beli. Pengen coba

A : Mbak sadar gak kalo itu cuma keinginan mbak, bukan kebutuhan mbak yang mbak dahuluiin?

B : Ya saya sadar sih kalo itu cuma keinginan saya bukan kebutuhan saya, tapi udah biasa kaya gitu juga, soalnya seneng aja gitu kalo udh beli sesuatu yang udah diinginkan, puas.

## Lampiran 10 Biodata Penulis



Irma Ramayanti lahir di kota Cianjur, Jawa Barat pada 26 Desember 1998. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, yakni Luthfi Ahmad Hasanudin dan Muhammad Rajib Muzacky. Lahir dari pasangan Olis Holisoh dan Us Us Herlan. Beralamatkan di Jl Mariwati Dusun Babakan Hilir Desa Pakuon Kecamatan Sukaresmi Kabupaten Cianjur Jawa Barat. Email: [irmaramayanti26@gmail.com](mailto:irmaramayanti26@gmail.com). Namun saat ini penulis berdomisili di Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi Jawa Timur.

Pada tahun 2004 penulis memulai pendidikan dasar di Madrasah Ibtidaiyah Al-Manar dan lulus pada tahun 2010. Kemudian melanjutkan sekolah di Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 Cianjur dan lulus pada tahun 2013. Selanjutnya melanjutkan studi di Sekolah Menengah Kejuruan Asshiddiqiyah 10 Cianjur pada tahun 2014 dan lulus pada tahun 2017.

Pada tahun yang sama penulis diterima menjadi mahasiswa Jurusan Bimbingan dan Konseling Islam Fakultas dakwah dan Komunikasi Islam Institut Agama Islam Darussalam Blokagung hingga kini.

Banyuwangi, 25 Juli 2021

Irma Ramayanti



