

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU
KONSUMTIF MELALUI MEDIA *ONLINE* PADA REMAJA DI MASA
PANDEMI COVID-19**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh
Gelar Derajat Sarjana (S-1) Psikologi



Oleh:

VIZZY PUSPA ALVIANTI

F 100 170 232

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2022

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
MELALUI MEDIA *ONLINE* PADA REMAJA DI MASA PANDEMI COVID-19**

Oleh :

VIZZY PUSPA ALVIANTI

F100 170 232

Telah disetujui untuk dipertahankan
di depan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh :
Pembimbing



Achmad Dwityanto O., S.Psi., M. Si

NIK/NIDN : 805/0609106802

Surakarta, 19 Februari 2022

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF
MELALUI MEDIA *ONLINE* PADA REMAJA DI MASA PANDEMI COVID-19**

Yang diajukan oleh :

VIZZY PUSPA ALVIANTI

F 100 170 232

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal

23 Mei 2022

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Ketua Sidang

Achmad Dwityanto O., S.Psi., M. Si :



Penguji I

Susatyo Yuwono, S. Psi., M. Si., Psikolog :



Penguji II

Dr. Wiwien Dinar Pratisti, M. Si., Psikolog :



Surakarta, 23 Mei 2022

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi,

Dekan



Prof. Taufik Kasturi, S.Psi., M.Si., P.hD

NIK/NIDN: 799/0629037401

SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vizzy Puspa Alvianti

NIM : F100170232

Fakultas : Psikologi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Judul : Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif melalui Media *Online* pada Remaja di Masa Pandemi Covid-19

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka. Saya juga menyatakan bahwa hasil karya ini adalah benar-benar karya saya pribadi, sama sekali tidak melakukan plagiat ataupun meminta jasa pembuatan skripsi dari pihak lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan segala kesungguhan. Apabila dilain waktu ditemukan hal-hal yang bertentangan dengan pernyataan saya, maka saya bersedia menerima konsekuensinya.

Surakarta, 16 Februari 2022

Yang menyatakan,



Vizzy Puspa Alvianti

UCAPAN TERIMAKASIH

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah, segala puji saya panjatkan kepada Allah SWT yang memiliki segala hal yang ada di bumi ini dan senantiasa melimpahkan rahmat-Nya sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam semoga selalu tertuju kepada baginda Rasulullah Muhammad *shalallohu 'alaihi wassallam*.

Dalam proses penyelesaian skripsi ini tentu penulis tidak mampu menyelesaikannya sendiri tanpa bantuan dari Allah melalui makhluk-Nya. Maka dari itu, dari lubuk yang paling dalam penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada beberapa pihak:

1. Bapak Prof. Taufik, S.Psi., M.Si., Ph. D selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Ibu Wisnu Sri Hertinjung, S.Psi., M.Psi selaku pembimbing akademik yang telah meluangkan waktunya yang selalu direpotkan penulis untuk mengurus berkas-berkas skripsi ini.
3. Bapak Achmad Dwityanto Oktaviansyah, S.Psi., M.Si selaku pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Bapak Ibu Dosen dan staff Tata Usaha Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
5. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun material. Segala pengorbanan, keringat, usaha dalam mendidik dan membesarkan rasanya tidak akan pernah mampu saya balas.
6. Untuk diri saya sendiri, terimakasih karena sudah mampu berjuang hingga saat ini.
7. Kakak saya, Mbak Ria yang selalu memberi *support* dan motivasi untuk tetap semangat dan tidak mudah menyerah.

8. Teman-teman terbaik saya, Mbak Nisa, Mbak Lala, Mbak Pipin, Ajeng, Mbak Anggiet, Mbak Rifka yang selalu memberikan kata-kata penyemangat, dan membantu dalam pengerjaan skripsi ini, dan selalu memberi motivasi agar tidak mudah menyerah.
9. Keluarga besar CORPS Psychopala, yang telah memberi pengalaman dan pelajaran berharga selama saya berkuliah di psikologi UMS.
10. Responden dalam penelitian ini yang sudah baik hati meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.
11. Seluruh pihak terkait yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terimakasih sudah membantu penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini jauh dari kata sempurna. Penulis hanya berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membaca.

Surakarta, 19 Februari 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
PENDAHULUAN	1
METODE PENELITIAN.....	15
HASIL.....	23
PEMBAHASAN	29
KESIMPULAN.....	33
DAFTAR PUSTAKA	35
LAMPIRAN.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kategori Respon Skala.....	17
Tabel 2. Blueprint Skala Konformitas	18
Tabel 3. Blueprint Skala Perilaku Konsumtif	19
Tabel 4. Interpretasi Koefisien Korelasi Product Moment	22
Tabel 5. Jenis Kelamin Responden	23
Tabel 6. Usia Responden.....	23
Tabel 7. Fakultas Responden	24
Tabel 8. Tahun Angkatan Responden	25
Tabel 9. Uraian Data Kategorisasi	26
Tabel 10. Kategorisasi Variabel Konformitas.....	26
Tabel 11. Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif	27

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Blueprint sebelum Uji Validitas	42
Lampiran 2. Blueprint setelah Uji Validitas	45
Lampiran 3. Skala sebelum Uji Validitas	47
Lampiran 4. Uji Validitas.....	53
Lampiran 5. Skala setelah Uji Validitas.....	56
Lampiran 6. Uji Reliabilitas	62
Lampiran 7. Print Out Hasil Olah Data Uji Asumsi dan Uji Hipotesis	68
Lampiran 8. Uji Kategorisasi	73
Lampiran 9. Informed Consent	77
Lampiran 10. Surat Ijin Penelitian	78
Lampiran 11. Surat Balasan Penelitian	79
Lampiran 12. Bukti Fisik Olah Data	80
Lampiran 13. Hasil Turnitin.....	82

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF MELALUI MEDIA *ONLINE* PADA REMAJA DI MASA PANDEMI COVID-19

Vizzy Puspa Alvianti¹, Achmad Dwityanto Oktaviansyah²

vizzypuspa27@gmail.com¹, ado125@ums.ac.id²

Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Munculnya covid-19 yang terjadi pada Maret 2020 menyebar dengan sangat cepat. Sehingga pemerintah Indonesia mengeluarkan peraturan untuk melakukan pembatasan aktivitas di luar rumah dan pembatasan interaksi sosial secara langsung. Segala aktivitas dilakukan di rumah secara *online*. Dalam memenuhi kebutuhan di masa pandemi, belanja *online* menjadi pilihan utama masyarakat karena dapat menerapkan *social distancing*. Dengan meningkatnya aktivitas belanja *online* dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada masyarakat khususnya remaja. Perilaku konsumtif didefinisikan sebagai bentuk perilaku individu dalam mengonsumsi barang dan jasa tanpa batas dengan tidak didasarkan pada pertimbangan efektifitas dalam memenuhi keinginannya guna memperoleh kepuasan yang maksimal. Terjadinya perilaku konsumtif dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya yaitu konformitas yang merupakan bentuk adaptasi diri karena adanya pengaruh kelompok sosial. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui adanya korelasi antara konformitas dengan perilaku konsumtif melalui media *online* pada remaja di masa pandemi covid-19. Responden dalam penelitian ini memiliki kriteria antara lain mahasiswa aktif Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan rentang usia 18 – 24 tahun dan sudah pernah/sedang melakukan kegiatan belanja *online*. Penelitian ini memiliki responden sebanyak 140 orang. Dalam pengambilan sampelnya menggunakan teknik *cluster sampling*. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif. Metode yang digunakan dalam pengumpulan data menggunakan skala perilaku konsumtif dan skala konformitas yang dibagikan secara *online* melalui *platform google form*. Dalam melakukan analisis data, penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada hubungan negatif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di masa pandemi covid-19, skor koefisien korelasi (r_{xy}) = -0,141 dan skor signifikansi (p) = 0,049.

Kata Kunci : Konformitas, Perilaku Konsumtif

**THE RELATIONSHIP BETWEEN CONFORMITY AND CONSUMPTION
BEHAVIOR THROUGH ONLINE MEDIA IN YOUTH IN THE COVID-19
PANDEMIC**

Vizzy Puspa Alvianti¹, Achmad Dwityanto Oktaviansyah²

vizzypuspa27@gmail.com¹, ado125@ums.ac.id²

Faculty of Psychology, University of Muhammadiyah Surakarta

Abstract

The emergence of covid-19 that occurred in March 2020 spread very quickly. So the Indonesian government issued regulations to limit activities outside the home and limit direct social interaction. All activities are carried out at home online. In meeting the needs during the pandemic, online shopping is the community's main choice because it can implement social distancing. With the increase in online shopping activities, it can affect consumptive behavior in society, especially teenagers. Consumptive behavior is defined as a form of individual behavior in consuming goods and services without limits without being based on considerations of effectiveness in fulfilling their desires in order to obtain maximum satisfaction. The occurrence of consumptive behavior can be influenced by several factors, one of which is conformity which is a form of self-adaptation due to the influence of social groups. This study aims to determine the correlation between conformity and consumptive behavior through online media in adolescents during the COVID-19 pandemic. Respondents in this study had criteria, including active students at Muhammadiyah University of Surakarta with an age range of 18 – 24 years and had been/is currently doing online shopping activities. This research has 140 respondents. In taking the sample using cluster sampling technique. The method used is a quantitative method. The method used in data collection uses a consumptive behavior scale and a conformity scale which is shared online through the google form platform. In conducting data analysis, this study uses product moment correlation analysis techniques. The results showed that there was a significant negative relationship between conformity and consumptive behavior in adolescents during the covid-19 pandemic, the correlation coefficient score (r_{xy}) = -0.141 and the significance score (p) = 0.049.

Keywords: Conformity, Consumptive Behavior