

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF**

NASKAH PUBLIKASI



Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun Oleh :

TIAN KUSUMA ANGGADINI

F. 100 100 040

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF**

NASKAH PUBLIKASI



Diajukan Kepada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Mencapai
Derajat Sarjana (S-1) Psikologi

Diajukan Oleh :

TIAN KUSUMA ANGGADINI

F. 100 100 040

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA**

2015

HALAMAN PERSETUJUAN

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF**

Diajukan Oleh :

TIAN KUSUMA ANGGADINI
F. 100 100 040

Penanda tangan berpendapat bahwa naskah publikasi ini layak untuk diterima

telah disetujui oleh:
Surakarta, 02 Oktober 2015

Pembimbing



Dra. Zahrotul Uyun, M.Si
Pembimbing

**HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF**

Yang Disusun Oleh :

TIAN KUSUMA ANGGADINI
F. 100 100 040

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Pada Tanggal 02 Oktober 2015

Dan telah memenuhi syarat

Penguji Utama
Dra. Zahrotul Uyun, M.Si

Penguji Pendamping I
Drs. Mohammad Amir, M.Si

Penguji Pendamping II
Achmad Dwiyanto, S.Psi., M.Si



Surakarta, 02 Oktober 2015

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Psikologi

Dekan



(Dr. Taufik, M.Si)

HUBUNGAN ANTARA KELOMPOK REFERENSI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF

Oleh:

TIAN KUSUMA ANGGADINI

Cemplon_1030@yahoo.com

Pembimbing: Zahrotul Uyun

ABSTRAK

Permasalahan pada penelitian ini adalah adakah hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif tingginya perilaku konsumtif mahasiswa. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah (1) Mengetahui hubungan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta. (2) Mengetahui tingkat perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta (3) Mengetahui tingkat kelompok referensi mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta. (4) Menganalisis peranan kelompok referensi terhadap perilaku konsumtif mahasiswa Fakultas Psikologi Tahun Angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hipotesis penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Artinya semakin tinggi kelompok referensi semakin tinggi pula perilaku konsumtif mahasiswa, sebaliknya semakin rendah kelompok referensi semakin rendah pula perilaku konsumtif mahasiswa.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa Psikologi Tahun Angkatan 2013 dengan sampel 2 kelas sebanyak 77 mahasiswa. Variabel pada penelitian ini adalah perilaku konsumtif dan kelompok referensi. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini berupa instrumen skala dan kuesioner. Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini berupa skala kelompok referensi dan skala perilaku konsumtif yang masing-masing terdiri dari 36 pertanyaan 16 pertanyaan *favourable* dan 16 pertanyaan *unfaourable*. Uji penelitian adalah uji validitas dan reliabilitas, metode analisis data meliputi uji normalitas, uji linieritas dan uji hipotesis menggunakan korelasi *product moment*.

Hasil penelitian ini menunjukkan: (1) ada hubungan positif antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif berdasarkan hasil korelasi product moment sebesar 0,426 (2) variabel kelompok referensi mempunyai rerata empirik (RE) = 91,14 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 90 yang berarti kelompok referensi pada diri tergolong tinggi. (3) Perilaku konsumtif rerata empirik (RE) 88,84 dan rerata hipotetik sebesar 90 yang berarti perilaku konsumtif subyek tergolong tinggi. (4) Sumbangan efektif sebesar 0,426 sehingga perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh kelompok referensi sebesar 42,6% sedangkan sisanya 57,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: *Kelompok referensi, perilaku konsumtif, mahasiswa psikologi.*

CORRELATION BETWEEN REFERENCE GROUP WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOUR

by:

A. Tian Kusuma Anggadini

B.

Cemplon.1030@yahoo.com

Consultant

Zahrotul Uyun

ABSTRACT

Students mostly live boarding should be able to manage finance and simple life, but now students often imitate reference group in everyday behavior with frequent trips to the mall, have the goods the same function more than one, and love goods branded of foreign. This research purposes (1) Knowing the relationship between the reference group with the consumer behavior on the students of the Psychology Faculty Year 2013 Muhammadiyah University of Surakarta. (2) Determine consumer behavior level of students of Psychology Faculty Year 2013 Muhammadiyah University of Surakarta (3) Knowing reference group level of students of Psychology Faculty Year 2013 Muhammadiyah University of Surakarta. (4) To analyze of reference group role on consumer's behavior of students of Psychology Faculty Year 2013 Muhammadiyah University of Surakarta. Hypothesis this study is positive correlation between the reference group with the consumer's behavior of students Psychology Faculty Muhammadiyah University of Surakarta. Meaning that reference group is higher so consumer's behavior of students is higher too, conversely reference group is lower so consumer's behavior of students is lower too.

This research was conducted in psychology students Year 2013 with total 77 samples of two classes. Variable in this study is consumptive's behavior and reference group. Collection data tools in this study are instruments scale and questionnaires. Measuring instruments used in this study are a reference group scale and consumer's behavior scales; each consists of 36 questions 16 questions favorable and 16 questions unfavorable. Research test is validity and reliability, data analysis methods including normality, linearity and hypothesis test using product moment correlation.

The results showed: (1) there is a positive relationship between the reference group with the consumer's behavior based on results of the product moment correlation 0.426 $p = 0.000$ (2) variable reference group had a mean empirical (RE) = 91.14, and the mean hypothetical (RH) of 90 which means that the reference group on themselves is high. (3) The behavior of the average consumer empirical (RE) 88.84 and a mean of 90 which means the hypothetical consumer's behavior subject are high. (4) Effective contribution amounting to 0.426 so that students of consumer behavior is influenced by the reference group of 42.6% while the remaining 57.4% is influenced by other factors.

Keywords: reference groups, consumer's behavior, psychology students.

PENDAHULUAN

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan pada para mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta hari Kamis 18 November 2014 di Hall Tengah Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, hasil wawancara 6 mahasiswa rata-rata uang saku mereka antara 1 juta – 3 juta per bulan. Mahasiswa baik laki-laki maupun perempuan mereka suka pergi ke mall untuk berbelanja barang-barang bermerk karena menunjang penampilan, agar diperhatikan oleh lawan jenis. Mahasiswa ini ke mall bersama-sama teman-teman kuliah ataupun pacarnya. Mahasiswa mengaku memiliki lebih dari satu barang-barang yang memiliki fungsi dan kegunaan yang sama di kamar kostnya. Para mahasiswa akan ke mall apabila mengetahui ada diskon ataupun potongan harga barang-barang yang bermerk dan menarik perhatian mereka.

Menurut Blackwell dan Miniard (dalam Wahyudi, 2013) menyatakan terbentuknya perilaku

konsumtif pada remaja dipengaruhi oleh beberapa faktor. Salah satu faktor yang berpengaruh terhadap terbentuknya perilaku konsumtif adalah kelompok referensi. Kelompok referensi adalah sekelompok orang yang dapat mempengaruhi perilaku individu. Seseorang akan melihat kelompok referensinya dalam menentukan produk yang dikonsumsinya. Hal tersebut diperkuat oleh Howkins, Coney dan Bert (dalam wahyudi, 2013) menyatakan bahwa kelompok referensi merupakan faktor yang mempengaruhi terbentuknya perilaku konsumtif dimana kelompok referensi merupakan suatu kelompok yang memiliki nilai-nilai dan pandangan yang digunakan oleh suatu individu yang termasuk didalamnya sebagai suatu landasan untuk perilakunya. Didalam suatu kelompok referensi terbentuk konformitas yang biasanya dipandang sebagai suatu tindakan dimana individu mengikuti keinginan kelompoknya dan tidak berpikir ataupun bertindak sebagai dirinya sendiri.

Mahasiswa melakukan perilaku konsumtif karena adanya pengaruh dari kelompok referensinya. Kelompok referensi itu bisa dari keluarga, teman sebaya dan juga tokoh idola. Pengaruh kelompok referensi tinggi apabila mahasiswa mempunyai merasa cocok dan setuju dengan perilaku orang lain yang dijadikan sebagai kelompok referensinya sehingga sangat sering meniru dan mencontoh yang dilakukan oleh kelompok referensi. Kelompok referensi kategori sedang adalah seseorang yang merasa cocok dan setuju dengan perilaku orang lain yang dijadikan kelompok referensinya tetapi intensitas orang tersebut untuk meniru dan mencontoh hanya kadang-kadang. Pengaruh kelompok referensi rendah adalah seseorang yang tidak meniru atau mencontoh orang lain dalam perilaku konsumsinya sehingga hanya mengikuti keinginan sendiri.

Tambunan (2001) perilaku konsumtif merupakan suatu keinginan untuk mengkonsumsi barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan maksimal.

Menurut Tambunan (2001), aspek-aspek dari perilaku konsumtif sebagai berikut:

- a. Adanya keinginan mengonsumsi barang secara berlebihan

Hal ini biasa disebut dengan pemborosan. Perilaku ini hanya didasarkan pada keinginan untuk mengonsumsi barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan secara berlebihan untuk mencapai kepuasan.

- b. Perilaku konsumtif dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata

Kebutuhan yang dipenuhi bukan merupakan kebutuhan yang utama melainkan kebutuhan yang dipenuhi hanya sekedar mengikuti mode, mencoba produk baru, ingin memperoleh pengakuan sosial tanpa memedulikan apakah penting atau tidak.

Schiffman dan Kanuk (2007) kelompok rujukan adalah setiap orang atau kelompok yang

dianggap sebagai dasar perbandingan (atau rujukan) bagi seseorang dalam membentuk nilai-nilai dan sikap umum atau khusus, atau pedoman khusus bagi perilaku.

Menurut Sears, dkk (2002) aspek-aspek kelompok referensi sebagai berikut:

- a. Peniruan
- b. Penyesuaian

Kepercayaan

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah ada hubungan positif antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan variabel bebas kelompok referensi dan variabel tergantung perilaku konsumtif.

Subjek dalam penelitian ini adalah 2 kelas sebanyak 77 responden, beberapa kelas yang ada di mahasiswa dari universitas muhammadiyah Surakarta angkatan 2013.

Alat pengumpulan data menggunakan skala perilaku konsumtif dengan skala kelompok referensi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan analisis menggunakan *product moment* dari Pearson diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,426 dengan $p = 0,000$ ($p < 0,01$) artinya ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif. Semakin tinggi referensi maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada mahasiswa, sebaliknya semakin rendah referensi maka semakin rendah pula perilaku konsumtif. Hal tersebut berarti hipotesis yang diajukan diterima, bahwa ada hubungan positif antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi tahun angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Berdasarkan hasil analisis diketahui variabel kelompok referensi mempunyai rerata empirik (RE) = 91,14 dan rerata hipotetik (RH) sebesar 90 yang berarti

kelompok referensi pada diri tergolong tinggi. Kondisi tinggi ini dapat diinterpretasikan bahwa mahasiswa psikologi angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta atau subyek penelitian pada dasarnya memiliki kelompok referensi tergolong tinggi. Mahasiswa yang memiliki kelompok referensi sangat rendah dan rendah tidak ada, subyek yang memiliki kelompok referensi sedang sebanyak 3 mahasiswa atau 3,90%, subyek yang memiliki kelompok referensi tinggi sebanyak 67 mahasiswa atau 87,01 dan subyek yang memiliki kelompok referensi sangat tinggi sebanyak 7 subyek atau 9,09%.

Variabel perilaku konsumtif diketahui memiliki rerata empirik (RE) sebesar 88,84 dan rerata hipotetik sebesar 90 yang berarti perilaku konsumtif subyek tergolong tinggi. Kondisi ini dapat diartikan aspek-aspek yang terdapat dalam perilaku konsumtif yaitu keinginan mengonsumsi barang secara berlebihan dan perilaku konsumtif dilakukan bertujuan untuk mencapai kepuasan semata belum sepenuhnya menjadi karakter subyek penelitian.

Kategori subyek pada perilaku konsumtif adalah subyek yang memiliki perilaku konsumtif sangat rendah 0, subyek yang memiliki perilaku konsumtif rendah sebanyak 1 orang atau 1,30%, dan subyek yang memiliki perilaku konsumtif rendah sebanyak 53 subyek atau 19,48% dan subyek yang memiliki perilaku konsumtif tinggi sebanyak 53 subyek atau 68,83% dan subyek yang memiliki perilaku konsumtif sangat tinggi sebanyak 8 subyek atau 10,39%.

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Kotler dan Keller (2000), kelompok referensi sebagai kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap dan perilaku seseorang. Lingkungan (keluarga dan teman sebaya) berperan penting dalam pembentukan pribadi seseorang, karena dalam pergaulan sehari-hari seseorang akan selalu menyesuaikan dirinya dengan kebiasaan-kebiasaan dirinya. Selain kelompok referensi yang ada dalam lingkungan kehidupannya seperti keluarga dan teman sebaya, pada kehidupan mahasiswa sekarang ini

banyak yang mempunyai acuan terhadap tokoh idola. Hal ini disebabkan oleh banyaknya iklan-iklan tentang barang atau jasa yang dipromosikan melalui artis atau model (tokoh idola) sehingga apabila barang atau jasa yang dirasa oleh seseorang tersebut nyaman atau sesuai maka akan mencontohnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan seluruhnya, dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Ada hubungan positif yang sangat signifikan antara kelompok referensi dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang artinya semakin tinggi kelompok referensi maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta, sebaliknya semakin tinggi kelompok referensi, maka semakin tinggi perilaku konsumtif.

2. Tingkat kelompok referensi mahasiswa psikologi angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta tergolong tinggi.
3. Tingkat perilaku konsumtif mahasiswa psikologi angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta tergolong tinggi.
4. Sumbangan efektif sebesar 0,426 sehingga perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh kelompok referensi sebesar 42,6% sedangkan sisanya 57,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh selama pelaksanaan penelitian, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi mahasiswa psikologi angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta, sebaiknya perilaku konsumtif yang tinggi untuk dikurangi karena meniru kelompok referensi belum tentu baik bagi kita.
2. Mahasiswa psikologi angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta,

sebaiknya meningkatkan penyesuaian uang sakunya untuk membeli barang-barang yang dibutuhkan dan diperlukan sehingga tidak berperilaku konsumtif yang berlebihan.

3. Mahasiswa psikologi angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Surakarta meningkatkan kepercayaan dirinya sendiri untuk tidak meniru apa yang dilakukan oleh kelompok referensi.
4. Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta para dosen memberikan arahan dan petunjuk serta contoh mengenai tingkah laku hidup sederhana dan tidak berperilaku konsumtif mengikuti mode ataupun mengikuti teman, keluarga maupun saudara tetapi lebih menyesuaikan pada kemampuan diri sendiri.
5. Bagi peneliti selanjutnya. Penelitian ini terbatas pada populasi, sehingga bagi peneliti selanjutnya penerapan pada ruang lingkup yang lebih luas dengan karakteristik yang berbeda kiranya perlu dilakukan penelitian lagi dengan

menggunakan atau menambah variabel-variabel lain yang belum disertakan dalam penelitian ini ataupun dengan menambah dan memperluas ruang lingkup penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- Wahyudi (2013). *Tinjauan Tentang Perilaku Konsumtif Remaja Pengunjung Mall Samarinda Central Plaza*. eJournal Sosiologi, 2013, 1 (4): 26 – 36 ISSN 0000-0000, ejournal.sos.fisip-unmul.org.
- Searcs. D.O. Freedman J.L. Peplau L.A. 2002. *Psikologi Sosial*. Alih Bahasa Michael Adriyanto & Savitri Soekrisno. Jakarta: Airlangga.
- Tambunan, R. (2001). *Remaja dan Perilaku Konsumtif*. Jurnal Psikologi dan Masyarakat. [Online]. Tersedia: <http://www.e-psikologi.com/remaja/191101.htm>. (10 Desember 2014).