

**HUBUNGAN KONFORMITAS KELOMPOK TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PEMBELIAN CELANA DENIM PADA KOMUNITAS
INDONESIA DENIM GROUP REGIONAL SOLO**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Psikologi
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Psikologi**



Oleh:

MUHAMMAD FAKHRI AKBAR

NIM : F.100130103

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

2018

Yang diajukan oleh :

MUHAMMAD FAKHRI AKBAR

NIM : F100130103

Telah disetujui untuk dipertahankan

Di depan Dewan Penguji

Telah disetujui oleh :

Pembimbing



Setiyo Purwanto, S.Psi, M.Si

NIK/NIDN. 878/ 0625107401

Surakarta, 20 Januari 2018

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN KONFORMITAS KELOMPOK TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF PEMBELIAN CELANA DENIM PADA KOMUNITAS
INDONESIA DENIM GROUP REGIONAL SOLO**

Diajukan oleh:

MUHAMMAD FAKHRI AKBAR

F.100130103

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal

31 Januari 2018

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Penguji Utama

Setiyo Purwanto, S.Psi, M.Si

Penguji Pendamping I

Drs. Moh. Amir, M.Si

Penguji Pendamping II

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

Dekan


Dra. Moordiningsih, M.Si,



SURAT PERNYATAAN

Bismillahirrohmanirrohim.

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : MUHAMMAD FAKHRI AKBAR

NIM : F. 100130103

Fakultas/Jurusan : Psikologi / Psikologi

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini dengan judul "**HUBUNGAN KONFORMITAS KELOMPOK TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN CELANA DENIM PADA KOMUNITAS INDONESIA DENIM GROUP REGIONAL SOLO**" bukan merupakan skripsi dari pembuatan jasa skripsi. Dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah di terbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis sesuai ketentuan yang berlaku dan telah di cantumkan pada Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya. Apabila di kemudian hari terdapat hal – hal yang bertentangan, saya bersedia menerima konsekuensi.

Alhamdulillahirobilalamin.

Surakarta, 20 Januari 2018
Yang menyatakan



MUHAMMAD FAKHRI AKBAR

F. 100130103

MOTTO

Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah SWT

(HR. Turmudzi)

Kamu hanya hidup “sekali”, jika kamu melakukannya dengan benar, satu kali
saja sudah cukup

(Albert Einstein)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur kepada Allah S.W.T, karya sederhana ini penulis persembahkan untuk :

Kepada ayah, mama, kakak dan almarhum bapakku tersayang. Terimakasih telah selalu mendukung, memotivasi, serta menjadi inspirasiku, serta doa ibu yang tak henti-hentinya di berikan untuk anaknya.

Terimakasih juga untuk dosen pembimbing saya bapak Setiyo Purwantono dan teman-teman (Calon-Calon Surgawi) yang senantiasa memberi semangat untuk penggarapan skripsi ini.

Almamater Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

VISI

Menjadi pusat pendidikan psikologi yang mengedepankan risalah Islam dan budaya Indonesia ditingkat nasional dan asia.

MISI

1. Menyelenggarakan pendidikan psikologi ditingkat sarjana dan magister psikologi profesi.
2. Mengembangkan penelitian psikologi yang mendasarkan pada risalah islam dan budaya Indonesia.
3. Mengembangkan pengabdian pada masyarakat atas dasar tanggung jawab social.
4. Menjalin kerjasama dengan lembaga pendidikan, lembaga penelitian, pemerintah, dunia usaha dan ,masyarakat.

TUJUAN

1. Pengelolaan prodi sarjana dan magister yang baik.
2. Menggiatkan pusat studi psikologi islami dan indigeneous (CIIP)
3. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat secara langsung maupun melalui media.
4. Merintis kerjasama dengan lembaga mitra dan universitas luar negeri.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirobbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan dan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan karya ilmiah ini.

Penulis menyadari terdapat banyak pihak yang membantu, membimbing, memberikan dukungan, dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidaklangsung, oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Moordiningsih, M.Si, selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
2. Bapak Setiyo Purwanto, S.Psi, M.Si, selaku pembimbing akademik serta menjadi pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan kepada penulis.
3. Seluruh dosen Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang telah mengajar dan memberikan ilmu, pengalaman pada penulis.
4. Seluruh staf administrasi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang telah membantu demi kelancaran administrasi penulis.
5. Terima kasih kepada anggota Komunitas Indonesia Denim Group yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi skala penelitian.
6. Ibu,kakak dan almarhum ayah tersayang, terimakasih atas dukungan serta do'a yang tak henti-hentinya di berikan kepada penulis.
7. Terimakasih juga untuk teman-teman (Calon-Calon Surgawi) yang senantiasa memberi semangat untuk penggarapan skripsi ini. Kemudian ucapan terimakasih khusus kepada orang yang berperan penting dalam penyusunan skripsi saya, Muhammad Ghifari, Alzera Geny Netriana, Buyung Alfarisi, Inas.

Hanya ucapan terimakasih yang dapat penulis persembahkan untuk semua

yang telah membantu kelancaran skripsi ini, semoga kebaikan mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah S.W.T, dan semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, Amin.

Wasssalamu'alaikum. Wr. Wb.

Surakarta, 20 Januari 2018

Penulis

MUHAMMAD FAKHRI AKBAR

F. 100130103

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
VISI.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A.Latar Belakang Masalah	1
B.Tujuan Penelitian	7
C.Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis.....	7
2 . Manfaat Praktis.....	8
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. PERILAKU KONSUMTIF	9
1. Pengertian Perilaku Konsumtif.....	9
2. Aspek-aspek Perilaku Konsumtif.....	11
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif.....	12
B. Konformitas	15
1. Pengeritan Konformitas	15
2. Aspek-aspek Konformitas.....	18
3. Faktor-faktor yang mempengaruhi konformitas	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	24
A.Identifikasi Variabel	24
B. Definisi Operasional	24
C. Subjek Penelitian.....	27

D. Metode dan Alat Pengumpulan Data	28
E. Validitas dan Reliabilitas	31
F. Metode Analisis Data	32
BAB IV LAPORAN PENELITIAN	33
A. Persiapan Penelitian.....	33
1. Orientasi Kancan	33
2. Persiapan Alat Pengumpulan Data	35
3. Perhitungan Validitas.....	37
B. Pelaksanaan Penelitian.....	41
1. Penentuan Subjek Penelitian.....	41
2. Pengumpulan Data.....	42
3. Pelaksanaan Skoring.....	42
4. Uji Reliabilitas	42
C. Analisis	43
1. Uji Asumsi	43
2. Uji Hipotesis	43
3. Kategorisasi	44
4. Sumbangan Efektif	45
5. Pembahasan	45
BAB V PENUTUP.....	50
A. Kesimpulan	50
B. SARAN	50
DAFTAR PUSTAKA	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Blueprint skala Perilaku Konsumtif	29
Tabel 2. Blue Print skala Konformitas.....	30
Tabel 3. Blueprint skala Konformitas.....	36
Tabel 4. Blueprint Skala Konsumtif.....	37
Tabel 5. Aitem skala Konformitas setelah expert judgment.....	38
Tabel 6. Aitem skala perilaku Konsumtif setelah expert judgment.....	39
Tabel 7. Blueprint skala Konformitas untuk penelitian.....	40
Tabel 8. Blueprint skala perilaku Konsumtif untuk penelitian.....	41
Tabel 9. Kategorisasi Konformitas.....	44
Tabel 10. Kategorisasi Perilaku Konsumtif.....	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Hasil Profesional Judgement Validitas.....	55
LAMPIRAN 2 Hasil Reliabilitas.....	60
LAMPIRAN 3 Uji Asumsi (Normalitas & Linieritas)	71
LAMPIRAN 4 Analisis Hasil Kolerasi Product Moment.....	84
LAMPIRAN 5 Norma Kategorisasi.....	86
LAMPIRAN 6 BluePrint & Skala	93

Hubungan Konformitas Kelompok Terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Celana Denim pada Komunitas Indonesia Denim Group Regional Solo

Muhammad Fakhri Akbar
Setiyo Purwanto, S.Psi, M.Si.
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta
fakhrimfa17@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas kelompok dengan perilaku konsumtif. Subjek dalam penelitian ini adalah anggota komunitas Indonesia Denim Group Regional Solo. Subjek Berjumlah 32 orang. Penentuan subjek menggunakan metode purposive sampling. Alat ukur dalam penelitian ini yaitu : (1) skala konformitas, dan (2) skala perilaku konsumtif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan korelasi product moment Hasil penelitian diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r_{xy})= 0,315 dengan $p= 0,040$ ($p<0,05$) hal ini berarti ada hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja. Artinya, semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif pada remaja, dan sebaliknya semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif pada remaja. Sumbangan efektif konformitas kelompok terhadap perilaku konsumtif sebesar 9,9%. Tingkat konformitas pada subjek termasuk dalam kategori rendah, dan tingkat perilaku konsumti pada subjek juga termasuk dalam kategori rendah.

Kata kunci : Konformitas, konsumtif, remaja.

Relevancy between Group Conformity with Consumptive Behaviour of Denim Trouser in The Surakarta Region's Indonesian Denim Group Community

Muhammad Fakhri Akbar
Setiyo Purwanto, S.Psi, M.Si.
Faculty of Psychology Muhammadiyah University of Surakarta
fakhrimfa17@gmail.com

ABSTRACT

This research intention is to define the relevancy between a group conformity with their consumptive behavior. The subject in this research the members of Indonesian Denim Group for Surakarta region. Subject is around 32 people in total. This research use purposive sampling method. Measurement tools in this research are : (1) Conformity scale, and (2) Consumptive Behaviour scale. Data analyzation in this research use correlation of product's moment. The research resulting with correlation coefficient value (r_{xy}) = 0,315 with $p = 0,040$ ($p < 0,05$). This mean there is a positive relation between conformity with teenager consumptive behaviour. As the conformity grow higher, the consumptive behaviour grow higher too, and otherwise applied the same. Effective relevancy between a group conformity to the consumptive behaviour is around 9,9%. Subject has a low level of conformity and consumptive behaviour.

Keywords: *conformity, consumptive, teens*