

HUBUNGAN HARGA DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

Intan Putri Nur Khasanah¹, Daliman²

Program Studi Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Abstrak

Mahasiswa merupakan harapan keluarga dan masyarakat dalam merubah dan memperbaiki lingkungan bermasyarakat, namun dalam mencapai tujuan mulia tersebut mahasiswa dihadapi berbagai kendala salah satunya adalah perilaku konsumtif yang dipengaruhi oleh faktor-faktor berupa konformitas teman sebaya dan harga diri. Dalam hal ini peneliti melakukan penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa fakultas psikologi UMS. Metode penelitian yang digunakan yakni pendekatan kuantitatif korelasional dengan teknik pengambilan data purposive sampling dengan sampel mahasiswa yang berkuliah di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta berjumlah 158 mahasiswa. Instrument penelitian yang digunakan merupakan kuisioner dengan skala harga diri, konformitas, dan perilaku konsumtif yang diadaptasi dari penelitian sebelumnya oleh peneliti. Analisis data pada peneltian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Dengan hasil berupa terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dan Konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarata, sehingga hipotesis mayor dapat diterima dengan hasil F sebesar 11,727 dan signifikasi 0,000 dengan korelasi simultan kedua variabel sebesar 0,131. Sedangkan hasil analisis pada hipotesis minor pertama menunjukkan korelasi yang terjadi dengan beta sebesar 0,154 dengan signifikasi 0,042 yang menunjukkan bahwa harga diri (X1) memiliki hubungan positif yang signifikan dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Hasil analisis hipotesis kedua memiliki korelasi dengan beta sebesar 0,326 dengan signifikasi 0,000 yang juga menunjukkan bahwa variabel konformitas (X2) memiliki hubungan positif secara parsial terhadap perilaku konsumtif mahasiswa.

Kata kunci: harga diri, konformitas, perilaku konsumtif.

Abstract

Students are the hope of families and communities in changing and improving the social environment, but in achieving this noble goal students face various obstacles, one of which is consumptive behavior which is influenced by factors in the form of peer conformity and self-esteem. In this case the researcher conducted a study aiming to determine the relationship between self-esteem and conformity with consumptive behavior in UMS psychology faculty students. The research method used is a correlational quantitative approach with a purposive sampling data collection technique with a sample of 158 students studying at the Faculty of Psychology, Muhammadiyah University of Surakarta. The research instrument used was a questionnaire with a scale of self-esteem, conformity, and consumptive behavior adapted from previous studies by researchers. Data analysis in this research uses multiple linear regression analysis. With the result that there is a significant relationship between peer conformity and hedonic

lifestyle with the consumptive behavior of Psychology faculty students, Muhammadiyah University of Surakarta, so that the major hypothesis can be accepted with an F result of 11.727 and a significance of 0.000 with a simultaneous correlation of both variables of 0.131. While the results of the analysis on the first minor hypothesis show a correlation that occurs with a beta of 0.154 with a significance of 0.042 which indicates that self-esteem (X1) has a significant positive relationship with student consumptive behavior. The results of the second hypothesis analysis have a correlation with beta of 0.326 with a significance of 0.000 which also shows that the conformity variable (X2) has a partially positive relationship to student consumptive behavior.

Keywords: self-esteem, conformity, consumptive behavior.

1. PENDAHULUAN

Mahasiswa berdasarkan KBBI adalah orang yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi setelah menyelesaikan jenjang pendidikan di Sekolah. Mahasiswa adalah sasaran dekat terhadap pesatnya perkembangan zaman, terutama mahasiswa yang tinggal dan merantau di kota-kota besar yang mana memiliki tantangan lebih besar terhadap pola kehidupan mulai dari budaya, tingkah laku, cara pandang dan gaya kehidupan. Dengan latar belakang tingkat pendidikan yang tinggi tentunya menjadi landasan untuk menuju ke arah yang lebih baik dan update terhadap perkembangan yang ada, salah satunya pola hidup (Muis, Taibe, & Adi, 2019). Seringkali perkembangan dalam pola hidup diartikan mahasiswa dengan berpenampilan menarik dan mengikuti trend zaman, mengikuti trend zaman dianggap perlu sebagai perilaku menjaga gengsi, tampil menarik dan dipandang hebat dalam lingkungan kampus (Purnama, 2021). Hal tersebut akhirnya membawa mahasiswa berupaya mencapai tujuan tersebut dengan berperilaku konsumtif untuk tetap mengikuti trend.

Mahasiswa yang memiliki karakter hidup dengan gaya yang berlebihan seringkali tidak ingin ketinggalan trend dan akhirnya berdampak pada perilaku boros. fenomena ini tentunya dipengaruhi karena mahasiswa yang senang bergaya untuk menunjukkan pada sekitarnya sebagai identitas sosial dan mendapatkan pengakuan. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya mahasiswa yang seringkali menghabiskan waktunya di pusat perbelanjaan seperti mall demi mengikuti zaman. Mahasiswa juga seolah sangat berteman dengan diskon yang mana memancing mereka untuk membelanjakan uang mereka secara konsumtif (Pohan, Azhar, Purnama, & Jasin, 2022). Pada akhirnya perilaku konsumtif tersebut menjadi masalah yang cukup serius pada mahasiswa dimana mereka menjadi kesulitan untuk mencukupi kebutuhan primer karena mengedepankan kebutuhan sekunder.

Maulana (2013) menyatakan bahwa timbulnya keinginan untuk membeli barang yang kurang diperlukan untuk memenuhi kepuasan pribadi disebut dengan perilaku konsumtif, dimana

orang tersebut terjebak dalam keadaan tidak bisa membedakan mana kebutuhan primer dan sekunder. Mahasiswa adalah individu yang sedang menjalani masa peralihan dari fase remaja, hal ini membuat mahasiswa menjadi karakteristik yang mudah terbujuk oleh hal – hal yang dianggap menyenangkan dan suka ikut – ikutan yang akhirnya menciptakan perilaku konsumtif (Purnama, 2021). Perubahan kultur pada kehidupan mahasiswa menyebabkan perubahan pada pandangan hidup mahasiswa yang akhirnya berdampak pada penggunaan uang yang condong untuk memperoleh barang – barang yang menunjang penampilanya dan menaikkan kedudukan sosial dalam lingkunganya (Aviani & Hardinto, 2019).

Berdasarkan Isjoni (2019) mahasiswa ternyata mengutamakan uangnya digunakan untuk berbelanja dengan membeli berbagai produk fashion untuk tetap menjaga penampilanya. Selain itu mereka membelanjakan uangnya juga untuk membeli produk-produk yang sedang diskon walaupun barang tersebut bukan kebutuhan yang penting, sehingga dari beberapa mahasiswa yang diobservasi menyatakan bahwa uang saku bulanan mereka tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya sampai kiriman uang saku berikutnya. Hal ini tentunya menunjukkan bahwa tingkat perilaku konsumtif pada mahasiswa masih tergolong tinggi. Penelitian lain juga dilakukan oleh Asmita & Erianjoni (2019) pada mahasiswa sosiologi FIS UNP bahwa perkembangan trend fashion membuat mahasiswa sosiologi berperilaku konsumtif. Mereka membeli barang bukan didasarkan pada kebutuhan melainkan berdasarkan keinginan mereka yang akhirnya membuat tingkat konsumsi mereka meningkat. Hal ini tentunya tidak lepas karena keinginan mahasiswa yang ingin tampil menarik dan diakui keberadaanya oleh kelompoknya, mereka juga mengatakan bahwa mendapatkan perasaan lebih percaya diri ketika berinteraksi dengan orang lain. Hasil survey yang dilakukan pada 17 mahasiswa, yang memiliki rentang usia 23 tahun – 25 tahun, berdasarkan pernyataan yang dibagikan mendapat 58,8% yang memilih Sangat Setuju (SS) “ Saya membeli sesuatu karena menyukai modelnya, walaupun sebetulnya saya tidak berniat membeli” maka dari pernyataan tersebut dapat dilihat bahwa kehidupan pada mahasiswa millennial termasuk dalam kehidupan yang berperilaku konsumtif (Rostaria, 2021).

Perilaku konsumtif sendiri adalah tindakan seseorang menggunakan sejumlah hartanya berbelanja hal- hal yang tidak penting, konsumtif tidak lepas dari materialisme, konsumtif sendiri memiliki makna menggunakan uang untuk hal- hal tidak penting dalam memenuhi kebutuhan gaya hidup yang didasari pada perubahan perilaku dengan maksud menyesuaikan dengan kebutuhan gaya sosial di lingkungan (Friedman & Lawrence, 2009). Perilaku konsumtif adalah perilaku yang dilakukan konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi dan menentukan produk jasa tanpa melakukan pertimbangan yang rasional (Pohan, Azhar, Purnama, & Jasin, 2022).

Perilaku konsumtif adalah tindakan pembelian suatu barang atau jasa tanpa didasari pada pertimbangan yang masuk akal dan tidak berdasarkan faktor kebutuhan (Sumartono, 2002). Dampak dari perilaku konsumtif sendiri bagi mahasiswa adalah permasalahan ekonomi khususnya bagi mahasiswa yang berada pada kondisi ekonomi keluarga yang kurang mencukupi sehingga akan membebani jika terus melakukan perilaku konsumtif (Wisnu & Afdhoni, 2021). Sehingga dapat disimpulkan bahwa konsumtif adalah suatu bentuk perilaku membeli atau menggunakan barang maupun jasa tanpa ada pemikiran yang matang untuk jangka panjang, perilaku membeli tersebut hanya didasarkan pada hasrat dan kepuasan sesaat saja.

Kemudian menurut Sumartono (2002) terdapat dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal meliputi harga diri, pengamatan dan proses belajar, serta kepribadian dan konsep diri lalu untuk faktor eksternal terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial, kelompok referensi dan keluarga. Adapun aspek perilaku konsumtif menurut Lina (dalam Afdhoni, 2021) terdiri dari 3 aspek yaitu : 1) pembelian Impulsif, dimana pembelian suatu barang hanya di dasarkan pada keinginan sesaat. 2) pembelian berlebihan, pembelian yang di dasarkan pada keinginan tanpa memikirkan manfaat dan kegunaanya jangka panjang. 3) Pembelian non rasional, pemenuhan keinginan hanya berdasarkan gengsi, trend zaman dan ikut – ikutan orang lain.

Menurut Mujahidah (2020) bahwa faktor penyebab seseorang berperilaku konsumtif adalah ketidakmampuan mereka dalam mengelola hasrat dan godaan dalam membelanjakan uang sehingga mereka kesulitan mengontrol diri. Faktor – faktor yang menyebabkan perilaku konsumtif berasal dari 2 faktor yaitu internal dan eksternal meliputi: 1) faktor motivasi, dimana individu dalam membelanjakan uangnya berdasarkan pada dorongan dari dalam diri untuk bisa memiliki dan menggunakan barang tersebut. 2) Faktor iklan, individu membelanjakan uangnya karena terpengaruh oleh iklan yang dilihatnya baru mulai tertarik dan membelinya. 3) faktor kelompok, individu memiliki acuan berbelanja karena cenderung mengikuti apa yang dibeli oleh anggota kelompoknya. 4) Faktor model identifikasi diri, pembelian dilakukan karena terpengaruh sosok model yang diidolanya sehingga ia jadika sebagai *role mode*. 5) faktor keluarga, dimana individu dalam membeli barang dipengaruhi oleh sosok dalam anggota keluarganya. Dan yang terakhir faktor ke 6) faktor gaya hidup, dimana individu membeli barang untuk memenuhi pola kehidupannya agar tidak ketinggalan zaman. Manusia adalah mahluk hidup yang beradaptasi dan bersosialisasi, semakin pesatnya kemajuan zaman membuatnya tidak ingin ketinggalan, hal tersebut dilakukan agar tidak dianggap manusia yang kuno dan tidak uptodate yang mana hal tersebut seringkali

berkaitan dengan kualitas harga diri dalam kelompok sosialnya dan merupakan faktor internal dari perilaku konsumtif.

Perilaku konsumtif yang dilakukan pada kalangan mahasiswa seringkali dilakukan dengan dasar ingin menyamakan level dalam lingkungan kelompoknya sehingga ketika ada yang dirasa tidak sama akan menimbulkan perasaan tidak nyaman dan tidak percaya diri. Fenomena dalam hal ini dapat dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan oleh Afdhoni (2021) pada mahasiswi prodi ekonomi bisnis syariah mengatakan bahwa mereka merasa lebih percaya diri jika menggunakan model pakaian yang sedang tren dan berganti- ganti model setiap harinya. Fenomena yang terjadi dapat diselaraskan dengan pernyataan Hurlock (2002) bahwa salah satu hal terpenting bagi seseorang di masa- masa remaja menengah ke atas adalah penampilan. Sehubungan dengan itu berpenampilan menarik tentunya berhubungan dengan membeli suatu produk dan bisa saja membuat mahasiswa menjadi cenderung lebih konsumtif (Prisillia, 2020). Sehingga dapat disimpulkan bahwa harga diri berkaitan dengan perilaku konsumtif karena mahasiswa yang memiliki harga diri rendah, cenderung tidak percaya diri dan memandang dirinya rendah ketika tidak selaras dengan apa yang orang lain lakukan, karena dia memiliki harga diri yang rendah akhirnya ia tidak membeli barang yang tidak sesuai dengan dirinya.

Harga diri sendiri menurut Coopersmith (1967) adalah bentuk evaluasi dan kebiasaan memandang dirinya yang dilakukan individu terutama mengenai sikap menerima maupun menolak, selain itu harga diri juga mengindikasikan seberapa besar kepercayaan individu pada kemampuan, keberartian, kesuksesan dan keberhargaan dirinya. Santrock (dalam Aviani & Hardinto, 2019) juga mengatakan bahwa harga diri penilaian pada diri sendiri yang mana manusia yang memiliki harga diri tinggi akan menghargai dan menerima dirinya sendiri dengan baik sedangkan manusia yang memiliki harga diri rendah cenderung sering merasa tidak puas dengan dirinya sendiri, tidak menghargai kelebihan dan melihat diri sebagai sesuatu yang kurang. Menjaga dan meningkatkan kualitas harga diri pada tiap individu memiliki cara masing- masing untuk memperoleh peningkatan kualitas diri menurut versi mereka masing- masing. Coopersmith (dalam Margentha & Soetjningsih 2022) mengatakan bahwa terdapat beberapa sumber dalam peningkatan kualitas harga diri yaitu *power* atau kemampuan seseorang dalam memberikan pengaruh pada orang lain dan mengontrolnya serta memiliki inisiatif yang tinggi , *signifinance* atau keberartian diri adalah kualitas diri yang dapat diukur ketika individu memiliki rasa kasih sayang dan perhatian yang ia berikan pada orang disekitarnya , *virtue* atau ketaatan individu adalah cara individu di dalam masyarakat untuk memberikan peranya dalam menaati aturan dan norma yang berlaku dalam lingkungan yang ia tempati saat itu, dan *competence* atau kompetensi yaitu usaha yang dilakukan

individu untuk mendapatkan prestasi yang baik dalam hal yang sesuai dengan nya. Maka dapat dikatakan bahwa harga diri adalah salah satu komponen penting dalam keberlangsungan hidup seseorang, rendah atau tingginya harga diri dapat dipengaruhi oleh perilaku individu itu sendiri dalam menerima dan menolak segala hal yang sudah ada maupun baru datang pada dirinya.

Rosenberg (dalam Muis, Taibe, & Adi, 2019) mengatakan bahwa terdapat tiga aspek dalam harga diri yaitu, *Physical Self Esteem*, pada aspek ini berhubungan pada kondisi fisik, dimana seseorang yang dengan tingkat self esteem yang tinggi dapat menerima fisiknya, sedangkan individu dengan self esteem yang rendah cenderung berkeinginan mengubah kondisi fisiknya. Lalu *Social Self Esteem*, aspek ini berkaitan dengan individu lain dimana seseorang dengan self esteem yang tinggi dapat menerima berbagai macam kalangan untuk dijadikan teman sedangkan sebaliknya seseorang yang memiliki self esteem rendah akan cenderung pemilih dan memberikan batasan terhadap lingkungan pertemanannya. Yang terakhir yaitu *performance self esteem*, aspek ini berkaitan dengan potensi seseorang yang mana seseorang dengan self esteem yang tinggi memiliki kepuasan terhadap kinerjanya sedangkan seseorang dengan self esteem rendah cenderung sering merasa kurang dan tidak puas terhadap kinerjanya. Terpenuhinya kebutuhan harga diri akan membuat individu menjadi lebih optimis dan percaya diri, sebaliknya apabila kebutuhan harga diri tidak terpenuhi maka perilaku individu akan cenderung ke arah yang negatif Ghufroon & Risnawati (dalam Sofiana & Indrawati 2020). Menurut Sarwono (dalam Malik, 2019) harga diri yang dialami oleh individu selalu mengalami perkembangan dan memiliki 4 faktor yaitu: 1) dukungan keluarga, sebagai lingkungan pertama yang menjadi tempat bersosialisasi keluarga berpengaruh pada tingkat harga diri yang dimiliki oleh seseorang karena dalam keluarga yang memiliki perlakuan adil, pemberian kesempatan dan komunikasi baik akan menciptakan harga diri yang tinggi pada seseorang. 2) dukungan lingkungan sosial, lingkungan sosial berpengaruh pada pembentukan harga diri dimana ketika individu ada pada lingkungan yang kehilangan kasih sayang, tidak supportive dan dikucilkan akan membuat individu memiliki tingkat harga diri yang rendah sedangkan ketika individu ada pada lingkungan yang penuh dengan persahabatan dan kemasyuran tentu akan meningkatkan kualitas harga diri. 3) Faktor psikologis, faktor ini berhubungan dengan cara individu menerima diri ketika individu dapat menerima diri dengan baik maka ia akan mampu menentukan arah hidup. 4) Jenis kelamin, perbedaan gender berpengaruh pada pola pikir dan tindakan antara laki – laki dan perempuan.

Selain karena pengaruh harga diri, perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh hal lain seperti yang tercantum dalam faktor eksternalnya yaitu kelompok- kelompok sosial. Ketika berkaitan dengan kelompok sosial maka seringkali berhubungan dengan konformitas. Keinginan untuk

diterima dan rasa takut dikucilkan membuat mahasiswa terdorong untuk berusaha menyamakan diri dengan lingkungannya, dorongan semacam itu tidak hanya berasal dari faktor internal namun juga eksternal dari tekanan – tekanan kelompok atau pun tekanan dari anggota kelompok lain (Fitriyani, Widodo & Fauziah, 2020). Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan oleh Nasution (2019) pada Mahasiswa Medan yang mengatakan bahwa “Aku Sih biasanya suka banget beli barang-barang yang menarik dan unik bukan karena kebutuhan tapi karena keinginan dan juga karena ajakan teman-teman, supaya aku tidak ketinggalan zaman dengan teman-temanku. Teman-temanku juga sering mengajak untuk membeli barang- barang misalnya beli 2 gratis satu dan aku tertarik untuk membelinya tanpa memikirkan manfaatnya”. Mahasiswa lainnya juga memberikan jawaban “Aku suka membeli barang yang aku sukai walaupun tidak dibutuhkan dan membeli barang agar sama dengan orang lain supaya tidak ketinggalan zaman dan dinggap mengikuti tren”. Berdasarkan hasil wawancara tersebut dapat dibuktikan bahwa konformitas pada lingkungan kampus memiliki pengaruh terhadap perilaku konsumtif.

Menurut Myers (2012) konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan seseorang sebagai akibat dari tekanan kelompok yang dipengaruhi oleh budaya, orang yang disukai, kekompakan kelompok, tekanan sosial dan norma sosial yang berlaku. Hurlock (dalam Devi & Agiyanti 2020) juga mengatakan bahwa konformitas adalah perilaku yang terjadi karena banyak individu menghabiskan waktu bersama rekannya, sehingga hal tersebut mempengaruhi sikap, minat, pembicaraan, penampilan hingga perilaku mereka dipengaruhi oleh lingkungan dimana dia menghabiskan waktunya. sedangkan menurut Santrock (dalam Nasution, 2019) konformitas pada seseorang adalah perilaku yang bisa membawa seseorang kearah positif maupun negatif, seseorang dikatakan membawa konformitas ke arah negatif apabila mereka melakukan hal - hal yang tidak baik seperti menggunakan bahasa asal - asalan, mencuri, mencopet dan perbuatan buruk lainnya, sedangkan konformitas membawa hal yang positif bila individu menjadi pribadi yang lebih baik dari sebelumnya dalam hal sikap, nilai diri, tutur kata, dan aktivitas sosial.

Baron & Byrne (dalam Afdhoni ,2021) menyatakan bahwa terdapat dua aspek dalam konformitas yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional. Aspek sosial normatif adalah rasa ingin selalu disukai dan menolak penolakan pada kelompok sosialnya, sehingga individu melakukan berbagai cara untuk tetap diterima dalam kelompoknya dengan melakukan konformitas. Lalu untuk aspek informasional adalah kondisi ketika seseorang menggunakan opini dan pendapat orang lain sebagai landasan dari tindakanya sehingga hal ini menyebabkan individu memiliki sifat ketergantungan dan menjadi sumber yang kuat individu melakukan konformitas. Selain aspek yang telah di paparkan, konformitas juga memiliki beberapa

faktor seperti yang disampaikan oleh Myers (dalam Nasution 2019) yaitu: 1) ukuran kelompok, ukuran dalam kelompok menjadi faktor dari perilaku konformitas karena besar kecilnya suatu kelompok semakin besar pula pengaruhnya pada individu. 2) Kohesivitas, merupakan perasaan tertarik dengan kelompoknya sehingga semakin besar kohesif maka semakin besar pengaruhnya. 3) Status, seseorang yang memiliki status yang tinggi memiliki pengaruh yang semakin besar begitu pula sebaliknya. 4) Respon di depan umum, ketika seseorang menjawab pertanyaan secara langsung di depan khlayak ramai maka akan cenderung lebih conform daripada individu tersebut menjawab secara tulisan. 5) Kurangnya Komitmen, konformitas akan lebih mudah mempengaruhi seseorang yang tidak memiliki komitmen yang kuat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dampak dari konformitas adalah perilaku konsumtif, karena perilaku konsumtif di dasari pada kelompok yang diikuti oleh individu. Apalagi jika dalam kelompok tersebut memiliki syarat dan kriteria untuk seseorang dapat bergabung dalam kelompok tersebut sebagai suatu identitas dan pengakuan, pada akhirnya akan memaksa individu untuk berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sianturi, Marpaung, & Manurung, (2019) menunjukkan korelasi sebesar 0,844 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,05$) antara variabel harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa, angka ini menunjukkan bahwa **terdapat hubungan positif** antara harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Malang. Nofitriani (2020) juga melakukan penelitian serupa yang menunjukkan hasil terdapat hubungan yang positif antara harga diri dengan perilaku konsumtif akademik $r = 0,156$ dan $p < 0,05$. Hal ini menyatakan perilaku konsumtif tinggi apabila harga diri tinggi sebaliknya apabila konsumtif rendah maka harga diri rendah. Hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa antara self esteem dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Tidore, Makassar terdapat hubungan yang positif dan signifikan (Muiset al., 2019). **Maka dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat harga diri maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, begitu pula sebaliknya** semakin tinggi perilaku konsumtif maka semakin rendah tingkat harga diri. Adapun dalam penelitian lain yang dilakukan oleh Fitriyani, Widodo & Fauziah (2019) pada 130 mahasiswa di Genuk Indah Semarang, menyatakan bahwa pada pengujian hipotesis menunjukkan hasil terdapat hubungan signifikan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif dengan nilai korelasi 0,333 dan sumbangan efektif 10,9 %. Sehingga hal tersebut menunjukkan bahwa konformitas mempengaruhi munculnya konsumtif pada mahasiswa.

Hasil penelitian pada wanita dewasa terhadap perilaku konsumtif pada e-commerce menunjukkan signifikan positif pada konformitas yang ada pada lingkungan tersebut, dengan hasil korelasi koefisien sebesar 0,433. Hal ini membuktikan bahwa tingkat konformitas yang tinggi membuat individu melakukan penyesuaian dengan perilaku konsumtif agar dapat diterima dalam

kelompok, sebaliknya jika individu memiliki nilai konformis yang rendah maka tidak akan melakukan penyesuaian dalam keyakinan dan perilakunya dengan anggota kelompok lainnya, sehingga perilaku konsumtif menurun (Susanto & Savira, 2021). Morris (dalam Jasmadi & Azzama, 2017) menyatakan bahwa banyak remaja yang seakan terbius dan terpengaruh dalam keadaan yang sifatnya sementara hanya untuk memperoleh pengakuan dan diterima dengan baik di lingkungan kelompoknya, sehingga mereka tidak hanya membuang – buang waktu melainkan juga melakukan pemborosan secara materi tanpa pikir panjang dan tanpa kesadaran.

Berdasarkan pemaparan masalah yang telah dijelaskan pada latar belakang maka tujuan dari dilakukannya penelitian adalah untuk mengetahui hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. Berdasarkan beberapa kajian teori yang telah dipaparkan maka hipotesis mayor dalam penelitian ini apakah terdapat hubungan signifikan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Sedangkan hipotesis minor dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara harga diri dengan perilaku konsumtif dan terdapat hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan kuantitatif pendekatan korelasional. Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa fakultas psikologi aktif di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pemilihan sampel menggunakan teknik *Accidental sampling* dengan kriteria serta minimal sampel yaitu 93 mahasiswa dari 1268 total populasi mahasiswa fakultas psikologi aktif di Universitas Muhammadiyah Surakarta, yang dibuktikan dengan memiliki kartu mahasiswa, serta berusia 18-24 tahun.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuesioner skala dengan metode likert. Skala konformitas teman sebaya di susun berdasarkan indikator yang dikemukakan Allen (dalam Larasati, 2021) dengan validitas skala sebesar 0,341-0,759 dengan reliabilitas sebesar 0,857. Skala gaya harga diri disusun oleh Taufa (2022) dengan validitas skala sebesar 0,341-0,759 serta reliabilitas sebesar 0,897. Skala di susun berdasarkan aspek perilaku konsumtif yang dikemukakan oleh Lina & Haryanto (dalam Luckyta, 2019) dengan validitas skala $>0,345$ dan reliabilitas sebesar 0,931.

Metode analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linier berganda. Uji analisa dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih penelitian ini

menggunakan analisa regresi linier berganda yang terdiri dari variabel bebas yaitu harga diri (X1) dan konformitas (X2) dan variabel terikat yaitu perilaku konsumtif.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Demografi

Berdasarkan data demografi dapat dikelompokkan mahasiswa berjenis kelamin laki-laki berjumlah 53 (33,54%) dan mahasiswa berjenis kelamin perempuan berjumlah 105 (66,46%). Subjek dalam penelitian ini berupa mahasiswa dengan tahun angkatan 2022 berjumlah 23 (14,56%) mahasiswa, tahun angkatan 2021 berjumlah 35 (22,15%) mahasiswa, tahun angkatan 2020 berjumlah 50 (31,65%) mahasiswa, dan tahun angkatan 2019 berjumlah 50 (31,65%) mahasiswa.

3.2 Uji Asumsi Klasik

Pada uji asumsi yang pertama yaitu uji normalitas, sebaran variabel Harga diri diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1,323 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,060* ($p > 0,05$) yang dapat diartikan bahwa sebaran data Harga diri memenuhi distribusi normal, selanjutnya pada sebaran variabel Konformitas diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0,976 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,296* ($p > 0,05$) yang dapat diartikan bahwa sebaran data Konformitas memenuhi distribusi normal, kemudian pada sebaran variabel Perilaku konsumtif diperoleh nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 1,118 dengan *Asymp. Sig. (2-tailed) = 0,164* ($p > 0,05$) yang dapat diartikan bahwa sebaran data ketiga variabel memenuhi distribusi normal.

Uji linieritas dilakukan memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dari variabel bebas dan variabel tergantung mempunyai hubungan yang linear atau tidak, suatu data dapat dikatakan linear apabila pada tabel anova memiliki *linierity* $< 0,05$ maka data tersebut dapat dikatakan linier. Uji Linieritas dalam penelitian ini menunjukkan bahwa linieritas antara konformitas dengan perilaku konsumtif didapatkan nilai F hitung 4,000 dan signifikasi 0,048 ($< 0,05$) yang menunjukkan bahwa hubungan antara harga diri dengan perilaku konsumtif adalah linier. Sedangkan variable konformitas dengan perilaku konsumtif menunjukkan nilai F hitung 25,069 dan signifikasi 0,000 ($< 0,05$) yang menunjukkan bahwa hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif adalah linier.

Hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini berdasarkan tabel diatas, didapat variable harga diri menunjukkan nilai signifikasi 0,153 dan variable Konformitas 0,063 ($p > 0,05$). Hal ini menunjukkan tidak terjadi heterokedastisitas pada persamaan uji regresi, berdasarkan uji tersebut menunjukkan data yang diperoleh dalam penelitian ini tidak terdapat kesamaan pada uji regresi. Dalam penelitian ini juga menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala multikolineritas yang terjadi

ditunjukkan dengan hasil VIF masing-masing variabel independen lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,1.

3.3 Uji Hipotesis

Tabel 1 Uji Regresi Berganda Simultan

Variabel	F	Sig	Rsquare	Keterangan
Harga diri dan Konformitas dengan Perilaku konsumtif	11,727	0,000 ^a	0,131	Terdapat Hubungan yang Signifikan

Sumber: Uji analisis Spss

Uji regresi berganda dilakukan untuk mengetahui hubungan dari 2 variabel atau lebih dengan melihat hasil dari signifikansi pada uji SPSS. Hasil uji hipotesis simultan variabel Konformitas dan Harga diri terhadap variabel Perilaku konsumtif diperoleh nilai F sebesar 11,727 dengan sig 0,000 ($p < 0,05$) dan hasil Rsquare menunjukkan hasil 0,131 maka variabel Harga diri dan Konformitas, secara bersama dan simultan memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel Perilaku konsumtif.

Tabel 2 Uji Regresi Berganda parsial

Variabel	Beta	t	Sig	Keterangan
Harga diri terhadap Perilaku konsumtif	0,154	2,051	0,042	Terdapat hubungan positif yang signifikan
Konformitas terhadap Perilaku konsumtif	0,326	4,358	0,000	Terdapat hubungan positif yang signifikan

Sumber: Uji analisis Spss

Hasil uji hipotesis parsial arah hubungan antara variabel ditentukan dari besarnya nilai *Beta* dalam regresi berganda, apabila nilai menunjukkan angka positif maka hubungan yang dimiliki adalah positif, begitupun sebaliknya. Variabel Harga diri dengan variabel Perilaku konsumtif diperoleh nilai t sebesar 2,051 dan signifikansi sebesar 0,042 ($sig < 0,05$), artinya variabel Harga diri dengan variabel Perilaku konsumtif memiliki hubungan positif yang signifikan. Dan pada variabel Konformitas dengan Perilaku konsumtif diperoleh nilai t sebesar 4,358 dan signifikansi sebesar 0,000 ($sig > 0,05$) artinya variabel Konformitas dengan variabel Perilaku konsumtif memiliki hubungan positif yang signifikan.

Diperoleh rentang pada setiap variabel dengan hasil pada variabel Harga diri memperoleh kategorisasi 52,8-67,2 (Sedang) yang artinya pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta memiliki rasa Harga diri sedang. Pada variabel Konformitas memiliki kategorisasi 35,2-44,8 (Sedang) yang artinya pada mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta memiliki Konformitas sedang. Sedangkan pada variabel Perilaku konsumtif memiliki kategorisasi 108,8-128 (Sangat Tinggi) sehingga dapat disimpulkan mahasiswa Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta memiliki Perilaku konsumtif tinggi.

adanya perbedaan hasil rerata pada data per-angkatan dibandingkan keseluruhan data pada tabel sebelumnya. Pada variabel

konformitas kategori paling rendah dari seluruh angkatan adalah angkatan 2019 dengan rerata sebesar 102,36 dan kategori paling tinggi dari seluruh angkatan adalah angkatan 2021 dengan rerata 108,52. Pada variabel harga diri kategori paling rendah dari seluruh angkatan adalah angkatan 2021 dengan rerata sebesar 49,85 dan kategori paling tinggi dari seluruh angkatan adalah angkatan 2020 dengan rerata 51,37. Pada variabel perilaku konsumtif kategori paling rendah dari seluruh angkatan adalah angkatan 2021 dengan rerata sebesar 74,00 dan kategori paling tinggi dari seluruh angkatan adalah angkatan 2019 dengan rerata 79,20.

Tabel 3 Sumbangan Efektif

Variabel	Beta	Coefisien Determinasi	R Square	Sumbangan
Harga diri	0,154	0,158	13,12%	2,43%
Konformitas	0,326	0,328		10,69%
Jumlah				13,12%

Sumbangan efektif digunakan mengetahui seberapa besar hubungan yang terdapat dalam variabel bebas kepada variabel terkait. Dilihat dari table Model Summary diperoleh R Square sebesar 13,12% yang artinya variabel Konformitas dan Harga diri memberi pengaruh kepada variabel perilaku konsumtif sebesar 2,43% secara simultan. Dengan perincian secara parsial variabel Harga diri memberi pengaruh terhadap variabel Perilaku konsumtif sebesar 13,12%, variabel Konformitas memberi pengaruh terhadap variabel Perilaku konsumtif sebesar 13,12% dan variabel lain sebesar 86,88% memberi pengaruh terhadap variabel Perilaku konsumtif. Berdasarkan sumbangan efektif tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Harga diri dan Konformitas mempengaruhi secara rendah (*rule of thumb*) terhadap Perilaku konsumtif.

3.4 Hubungan Harga diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif

Pada penelitian ini pengujian hipotesis mayor dalam penelitian ini berupa apakah terdapat hubungan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Berdasarkan hasil uji analisis pada penelitian ini menunjukkan nilai F sebesar 11,727 dan signifikansi sebesar 0,000 dengan sumbangan efektif pada dua variabel independent secara simultan sebesar 0,1312 atau 13,12 %, dan secara parsial hubungan harga diri memiliki hubungan sebesar 2,43% sedangkan konformitas sebesar 10,69% dengan perilaku konsumtif mahasiswa. Berdasarkan pernyataan penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa hipotesis mayor pada penelitian ini dapat **diterima** yakni terhadap hubungan yang signifikan secara simultan antara harga diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pengaruh harga diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa menunjukkan pengaruh yang rendah (13,12%), hasil tersebut disebabkan oleh kategorisasi dari variabel Harga diri

memperoleh kategorisasi 52,8-67,2 (Sedang) dan variabel Konformitas memiliki kategorisasi 35,2-44,8 (Sedang). Hasil kedua variabel yang menunjukkan kategorisasi sedang tersebut menjadi salah satu faktor mengapa pengaruh kedua variabel menunjukkan hasil rendah. Kategorisasi variabel dapat memiliki pengaruh signifikan terhadap analisis dan interpretasi data dalam berbagai konteks, terutama dalam statistika dan penelitian (Sugiyono, 2018).

Hasil tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) yang menyebutkan dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal meliputi harga diri, pengamatan dan proses belajar, serta kepribadian dan konsep diri lalu untuk faktor eksternal terdiri dari kebudayaan, kelas sosial, kelompok-kelompok sosial, kelompok referensi dan keluarga. Dalam teori tersebut menunjukkan bahwa harga diri dan konformitas yang berasal dari kelas sosial kelompok-kelompok tertentu pada individu mempengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa. Afdhoni (2021) menyebutkan bahwa perilaku konsumtif yang dilakukan pada kalangan mahasiswa seringkali dilakukan dengan dasar ingin menyamakan level dalam lingkungan kelompoknya sehingga ketika ada yang dirasa tidak sama akan menimbulkan perasaan tidak nyaman dan mengurangi harga diri individu.

3.5 Hubungan Harga diri dengan Perilaku Konsumtif

Pada penelitian ini meneliti hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Psikologi universitas Muhammadiyah Surakarta sebagai hipotesis minor 1, menunjukkan hasil berupa nilai beta 0,154 dan t sebesar 2,051 dengan signifikansi 0,043 dengan besar sumbangan efektif 42,35% antara hubungan harga diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasil penelitian yang dilakukan oleh Sianturi, Marpaung, & Manurung, (2019) menunjukkan korelasi sebesar 0,844 dengan p sebesar 0,000 ($p < 0,05$) antara variabel harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa, angka ini menunjukkan bahwa **terdapat hubungan positif** antara harga diri dan perilaku konsumtif pada mahasiswa UIN Malang. Nofitriani (2020) juga melakukan penelitian serupa yang menunjukkan hasil terdapat hubungan yang positif antara harga diri dengan perilaku konsumtif akademik $r = 0,156$ dan $p < 0,05$. Dalam penelitian sebelumnya, Hasil penelitian sebelumnya juga menunjukkan bahwa antara self esteem dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Tidore, Makassar terdapat hubungan yang positif dan signifikan (Muiset al., 2019). Hal ini menyatakan perilaku konsumtif tinggi apabila harga diri tinggi sebaliknya apabila konsumtif rendah maka harga diri rendah. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut secara linear dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima, sehingga terdapat hubungan **positif** yang signifikan antara harga diri dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Harga diri sendiri menurut Coopersmith (1967) adalah bentuk evaluasi dan kebiasaan memandang dirinya yang dilakukan individu terutama mengenai sikap menerima maupun menolak, selain itu harga diri juga mengindikasikan seberapa besar kepercayaan individu pada kemampuan, keberartian, kesuksesan dan keberhargaan dirinya. Berdasarkan hal tersebut semakin tinggi harga diri yang dimiliki oleh mahasiswa maka individu akan berusaha untuk memenuhi kepercayaan dirinya dengan membeli barang-barang atau mendatangi tempat-tempat yang dianggap memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri yang dimiliki (Saputra & Astiti, 2021). Namun dalam usaha mencapai penemuan harga diri tersebut mahasiswa cenderung tidak memikirkan berbagai kemungkinan atas pengeluaran yang dilakukan, kurangnya manajemen dalam rangka memenuhi kebutuhan harga diri tersebutlah yang menyebabkan perilaku konsumtif mahasiswa menjadi tinggi.

3.6 Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif

Pada penelitian ini meneliti tentang hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif sebagai hipotesis minor 2. Berdasarkan hasil analisis didapat hasil berupa nilai beta 0,326 dan t sebesar 4,358 dengan signifikansi 0,000. Hasil analisis menunjukkan sumbangan efektif sebesar 10,69% antara hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Susanto & Savira (2021) menunjukkan korelasi sebesar 0,433 dengan nilai Sig. (2-tailed) 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa adanya korelasi signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif. Adapun penelitian sebelumnya oleh Fitriyani, Widodo & Fauziah (2019) signifikansi $0,000 < 0,05$ dengan korelasi sebesar 0,333 Hal ini memiliki arti bahwa ada pengaruh konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswi psikologi universitas Wijaya putra. Sedangkan penelitian lain menunjukkan konformitas dapat mengakibatkan munculnya perilaku konsumtif oleh mahasiswa (Turmudi & Suryadi, 2021). Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Perilaku konsumtif tidak hanya dilakukan oleh individu namun kelompok juga melakukannya. Kegiatan perseorangan maupun kelompok dalam membeli barang atau menghabiskan barang tanpa ukur dan pertimbangan lebih dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Sebagaimana Fitriyani et al. (2013) dalam perilaku konsumtif dilakukan oleh individu dan kelompok dimana kelompok disini dipengaruhi oleh kelompok yang memiliki pola pikir dan pemikiran sama untuk saling mempengaruhi perilaku konsumtif yang dilakukan. Martiana (2022) mengatakan bahwa untuk dapat diterima dalam sebuah kelompok teman sebaya harus dapat menjalankan peran dan memiliki tingkah laku sesuai dengan harapan dan tuntutan yang dimiliki

oleh teman sebaya yang lain. Penelitian oleh Chita et al., (2015) dimana salah satu faktor yang dapat memunculkan perilaku konsumtif salah satunya adalah konformitas dengan lingkungan. Dimana hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Dewi et al. (2017) dimana perilaku konsumtif mahasiswa dipengaruhi oleh konformitas dari lingkungan mahasiswa dimana hal ini mengacu pada tekanan yang datang dari orang lain di dalam satu kelompok dimana perilaku yang dilakukan oleh suatu kelompok akan dilakukan juga pada anggota lainnya.

4. PENUTUP

Penelitian ini mendapatkan kesimpulan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara harga diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif mahasiswa fakultas psikologi Universitas Muhammadiyah Surakarta, sehingga hipotesis mayor dapat diterima. Sedangkan hasil analisis pada hipotesis minor pertama menunjukkan bahwa harga diri (X1) memiliki hubungan positif yang signifikan dengan perilaku konsumtif. Sedangkan hasil analisis hipotesis kedua bahwa variabel konformitas (X2) memiliki hubungan positif secara parsial terhadap perilaku konsumtif. Berdasarkan data tersebut dapat dikatakan bahwa dalam penelitian ini baik hipotesis mayor maupun minor dapat dibuktikan dengan baik berdasarkan hasil dalam penelitian ini.

Bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk melakukan penelitian tentang perilaku konsumtif perlu mempertimbangkan faktor-faktor lain yang turut berpengaruh terhadap perilaku konsumtif seperti: kepribadian dan konsep diri, pekerjaan, jenis kelamin, keadaan ekonomi, kelas sosial, keluarga, dan kebudayaan. Yang kedua untuk melakukan penelitian lebih mendalam diharapkan dapat melakukan survey awal untuk mencegah munculnya kendala dalam penelitian yang berkaitan dengan jumlah subjek dan teknik sampling. Saran penelitian terhadap subjek mahasiswa berdasarkan variabel harga diri adalah dengan melakukan evaluasi diri terhadap kemampuan diri dalam melakukan perilaku konsumtif, seperti uang yang digunakan untuk membeli barang. Sedangkan pada variabel konformitas saran yang dapat dilakukan mahasiswa adalah dengan memilih kelompok yang positif dan sesuai dengan kemampuan diri, kontroling diri dapat dilakukan dengan menghadiri seminar-seminar mengenai manajemen keuangan.

5. DAFTAR PUSTAKA

Agustin, L. T., & Sarsono. (2018). PENGARUH LOCUS OF CONTROL EKSTERNAL TERHADAP IMPULSIVE BUYING PADA MAHASISWA DENGAN JENIS KELAMIN SEBAGAI VARIABEL MODERATOR. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian: 6 (1)*, 1-11.

- Anggraini, R., & Santhoso, F. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology. Jurnal GamaJoP*, 3(3), 131-140. doi:<https://doi.org/10.22146/gamaj>.
- Asisi, I., & Purwanto. (2020). Pengaruh literasi keuangan, gaya hidup dan pengendalian diri terhadap perilaku konsumtif mahasiswa prodi manajemen fakultas ekonomi universitas pasir pengaraian. *HJMB: 2 (1)*, 107 -118.
- Bagirova, A. K. (2021). State Support for Families with Children during the COVID-19 Pandemic in Russia: Institutional Grammar Tool Analysis. *Viesoji Politika Ir Administravimas*, 20(3), 431–442. Retrieved from <https://ojs.mruni.eu/ojs/public-policy-and-administration/article/view/6676>.
- Cole, K. L. (2021). Neuroqueering interpersonal communication theory: listening to autistic object-orientations. *Review of Communication*, 21(3), 187–205. <https://doi.org/10.1080/15358593.2021.1961849>.
- Effendi, U. (2016). *Psikologi Konsumen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Estetika, M. (2017). *Analisis FaktorFaktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Siswa Perempuan Kelas XII IPS*. Skripsi. Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Untan Pontianak.
- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 9(2), 182-193. DOI:<https://doi.org/10.37676/ekombis.v9i2.1329>.
- Fitriani, R., Soesilo, T. D., & Setyorini. (2019). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Pergaulan Teman Sebaya Siswa Kelas Xi Tei (Teknik Elektronika Industri) Di Smk Negeri 2 Salatiga. *GENTA MULIA 10(1)*, 124-132.
- Kadeni, N. S. (2018). PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN TEMAN SEBAYA TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA. *EQUILIBRIUM Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Pembelajarannya 6(1)*, 61-70. DOI: 10.25273/equilibrium.v6i1.2186.
- Khairun, D. Y., & Hakim, I. A. (2019). PROFIL TUGAS Perkembangan mahasiswa prodi pendidikan kimia universitas sultan ageng tirtayasa. *Jurnal Penelitian Bimbingan Konseling: 4 (2)*, 105-111. DOI: <http://dx.doi.org/10.30870/jpbk.v4i2>.
- Kile, A. S. (2021). From Ordinary to Extraordinary: Student Tales of the Transformative Power of Interpersonal Communication. *Transformative Dialogues: Teaching & Learning Journal*, 14(1), 10–16. retrived from <https://td.journals.psu.edu/td/article/view/1457>.
- Lestari, O. (2018). Hubungan antara Konformitas dengan Kecenderungan Perilaku Konsumtif pada Siswa Sekolah X. *Jurnal Psikologi Industri dan Organisasi: 5 (1)*, 1-10.
- Lutfiah, Basri, M., & Kuswanti. (2022). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI PPAPK FKIP UNIVERSITAS TANJUNGPURA PONTIANAK. *Jurnal Khatulistiwa*, 11(3), 1-10. <http://dx.doi.org/10.26418/jppk.v11i3.53456>.
- Maulana, R. (2013). Remaja dan Perilaku Konsumtif. Retrieved february 23, 2015, from Kompasiana: <http://sosbud.kompasiana.com/2013/10/18/remajadan-prilakukonsumtif-599965.html>
- Mayenti, F. (2019). Hubungan Lingkungan Pergaulan Dengan Perilaku Merokok Remaja. *Al-Asalmiya Nursing*, 8 (2), 62-69. <https://doi.org/10.35328/keperawatan.v8i2.548>.

- Mowen, & Minor. (2001). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga .
- Nugroho, A. I., & Fauziah, N. (2018). HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PRODUK FASHION BERMEREK PADA SISWA SMAN 3 SEMARANG. *Jurnal Empati: 7 (2)*, 425-428.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Putrie, C. A. (2019). Pengaruh dukungan sosial orang tua, minat belajar dan prokrastinasi akademik terhadap hasil belajar siswa mata pelajaran ekonomi pada SMA Negeri akreditasi A di Kota Padang. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, 12(1)*, 18-26.
- Ramayanti, I., & Musafiri, M. R. (2021). Pengaruh Konformitas Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumtif Santri Asrama Ar-Roudloh Pondok Pesantren Putri Utara Darussalam. *Jurnal At-Taujih: Jurnal Bimbingan dan Konseling Islam, 1(2)* , 18-29.
- Ria Fitriani, T. D. (2019). Pengaruh Konsep Diri Terhadap Pergaulan Teman Sebaya Siswa Kelas Xi Tei (Teknik Elektronika Industri) Di Smk Negeri 2 Salatiga. *GENTA MULIA 10(1)*, 124-132.
- Sadewa, M. A., & Ariani, L. (2022). PENGARUH GAYA HIDUP BRAND MINDED TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA. *Jurnal Bimbingan dan Konseling Pandohop: 2 (1)*, 34-41.
- Saefudin, A., & Nurizzati, Y. (2018). Pengaruh Gaya Belajar Siswa dan Pergaulan Teman Sebaya terhadap Prestasi Belajar Siswa pada Mata Pelajaran IPS Kelas VIII di SMP Negeri 1 Mundu Kabupaten Cirebon. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Ekonomi: 7(1)*, 1–16.
- Sania Sofianita, H. (2015). PENGARUH TEMAN SEBAYA (PEER GROUP) TERHADAP IMITATION BEHAVIOR PEMBELIAN AKSESORIS PADA REMAJA (Studi pada siswi SMA Negeri 11 Surabaya) . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 3(2)* . Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/12054>.
- Saputra, D. N., & Astiti, D. P. (2021). Peran Citra Tubuh Dan Konsep Diri Terhadap Perilaku Konsumtif Dalam Membeli Kosmetik Pada Siswi Sekolah Menengah Atas Di Kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Konseling 18(1)*, 910-925.
- Solichah, Dewi, N. d., & Damanjati. (2019). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk fashion pada mahasiswa. *Jurnal Psikologi, 6 (3)*, 195-208.
- Solihat, A. &. (2018). Pengaruh Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Siliwangi. *Oikos : Jurnal Ekonomi Dan Pendidikan Ekonomi, 2(1)*, 1-13. doi:10.23969/oikos.v2i1.915.
- Sudarisman, H. S. (2019). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Melalui Online Shop pada Mahasiswi. *Acta Psychologia: 1 (1)*, 53-61.
- Thamrin, H. T., & Saleh, A. A. (2021). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *KOMUNIDA : Media Komunikasi Dan Dakwah, 11(1)*, 1-12. <https://doi.org/10.35905/komunida.v11i01.1923>.
- TONG, X. (2021). Effects of Blockchain Law Course Integrated Multimedia Dynamic Teaching on Students' Learning Motivation and Learning Effectiveness. *Revista de Cercetare Si Interventie Sociala, 74*, 33–47.
- Turmudi, I., & Suryadi. (2021). Manajemen Perilaku Prokrastinasi Akademik Mahasiswa Selama Pembelajaran Daring. *al-Tazkiah, 10 (1)*, 39-58.

- Ulfa, I., Mardiyanti, R., & Ristanti, E. (2022). GAYA HIDUP HEDONIS DAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS WIJAYA PUTRA SURABAYA. *Call for Paper PSGESI LPPM UWP*, 9(1), 93–103. <https://doi.org/10.38156/gesi.v9i01.189>.
- Wenny Hulukati Moh, R. D. (2018). Analisis Tugas Perkembangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik* 02(01), 73 - 114.
- Widayanti, N., & Sri, M. A. (2021). PENGARUH PERGAULAN TEMAN SEBAYA DAN GAYA HIDUP TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI SEMESTER VIII UNIVERSITAS BHINNEKAPGRI TAHUN AKADEMIK 2019/2020. *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi*: 5 (1), 14-21. DOI: <https://doi.org/10.23969/oikos.v5i1.3024>.
- Yasin, Z. A. (2021). Multimedia PowerPoint-Based Arabic Learning and its Effect to Students' Learning Motivation: A treatment by level designs experimental study. *International Journal of Instruction*, 14(4), 33–50.
- Afdhoni, & Wisnu. (2021). Pengaruh antara harga diri konformitas terhadap perilaku konsumtif online shop pada mahasiswa UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. *Undergraduate thesis, Universitas Islam Negri Maulana Malik Ibrahim*.
- Asmita, D., & Erianjoni. (2019). Perilaku Konsumtif Mahasiswa dalam Mengikuti Trend Fashion Masa Kini (Studi Kasus Mahasiswa Sosiologi FIS UNP). *Jurnal Perspektif Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 2(2), <http://dx.doi.org/10.24036/perspekti>.
- Aviani, E., & Hardinto, P. (2019). The Effect of Modernity, Economic Literacy, and Social Environment on Consumption Behavior of Senior High School Students. *Classroom Action Research Journal*, 3(3), 102–109. <https://doi.org/10.17977/um013v3i32019p010>.
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. San Francisco: Freeman and Company.
- Friedman, & Lawrence, M. (2009). *Sistem Hukum: Perspektif Ilmu Sosial, terjemahan dari The Legal System: A Social Science Perspective*. Bandung: Nusa Media.
- Hurlock, E. B. (2017). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (edisi ke – 5)*. Jakarta: Erlangga.
- Isjoni. (2019). *Cooperative Learning, Efektivitas Pembelajaran Kelompok*. Bandung: Alfabeta.
- Margaretha, O., & Soetjningsih, C. (2022). Self-Esteem between Narcissists In Teens Who Like Selfies Using Instagram Filters. *Bimbingan Konseling Undiksha*, 13(1), 31–39. <https://doi.org/10.23887/jibk.v13i1.45012>.
- Muis, M., Taibe, P., & Adi. (2019). Hubungan Harga Diri dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Tidore di Kota Makassar. *JURNAL PSIKOLOGI SKIsO*: 1(1), 1-9. retrived from <https://jurnal.uit.ac.id/JPS/article/view/159>.
- Mujahidah, A. N. (2020). Analisis Perilaku Konsumtif dan Penanganannya (Studi Kasus Pada Satu Peserta Didik Di SMK Negeri 8 Makassar). *Jurnal Universitas Negeri Makassar*: 2(3), 1-16. retrived from <http://eprints.unm.ac.id/18970/1/Jurnal%20A.%20Nooriah%2>.
- Myers, & G., D. (2012). *Psikologi Sosial Jilid 2*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nofitriani, N. N. (2020). HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN HARGADIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP GADGET PADA SISWAKELAS XII SMAN 8 BOGOR. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, 4 (1), 1-17. retrived from <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/ikraith-humaniora/article/download/668/508/>.

- Pohan, M., Azhar, M. E., Purnama, & Jasin, H. (2022). Model Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Swasta Di Kota Medan. *J. Akuntan*, 6(2), 1498–1508. doi: 10.33395/owner.v6i2.777.
- Prisillia, B. T. (2020). Hubungan Antara Harga Diri Dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswa Siswi Sma Negeri 9 Pekanbaru. *Skripsi Thesis, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau*.
- Purnama, P. M. (2021). Hubungan antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa pada masa Pandemi Covid-19. *Undergraduate thesis, UIN RADEN INTAN LAMPUNG*.
- Sianturi, J. V., Marpaung, W., & Manurung, Y. (2019). Perilaku Konsumtif Ditinjau Dari Harga Diri Pada Siswa-Siswi SMA Negeri 4 Medan. *Jurnal Diversita*, 5(1), 58–66. <https://doi.org/10.31289/diversita.v5i1.2375>.
- Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam Iklan : Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung: Alfabeta.
- Wisnu, D., & Afdhoni, A. (2021). Terhadap Perilaku Konsumtif Online Shop pada Mahasiswa . *Ringkasan Skripsi. Universitas Islam Negeri Malang*.

