

Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA Swasta Adabiah 2 Padang

Sarah Marsanda Putri¹, Erianjoni Erianjoni^{2*}

^{1,2}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: erianjonisosiologi@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif di kalangan siswa SMAS Adabiah 2 Padang. Pentingnya penelitian ini didasarkan pada fenomena siswa membeli barang bukan hanya karena kebutuhan, tetapi juga akibat pengaruh sosial dan nilai simbolik produk. Perilaku konsumtif meningkat seiring dengan upaya individu menyesuaikan diri atau melakukan konformitas agar diterima dalam kelompok, yang dapat berdampak pada peningkatan konsumsi siswa. Penelitian ini menggunakan dua teori yang berdasarkan pada variabel yaitu teori konformitas oleh Robert K. Merton, yang menjelaskan penyesuaian perilaku individu dengan norma kelompok untuk menjaga stabilitas sosial, dan teori masyarakat konsumsi oleh Jean Baudrillard, yang menganalisis perilaku konsumtif dalam konteks simbol dan citra barang. Pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional digunakan dalam penelitian ini. Populasi penelitian terdiri dari 626 siswa, dengan sampel 87 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%. Teknik penarikan sampel menggunakan *Proportionate Random Sampling* untuk mewakili setiap kelas. Data dikumpulkan menggunakan angket dengan skala Likert, dan diuji validitas serta reliabilitasnya. Analisis data dilakukan dengan uji normalitas, linearitas, dan uji korelasi Pearson untuk mengukur hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa r hitung lebih besar dari r tabel yaitu $0,646 > 0,2108$ untuk indikator penyesuaian dan $0,603 > 0,2108$ untuk indikator ekspektasi bersama, yang mengindikasikan korelasi positif antara konformitas dan perilaku konsumtif. Kesimpulannya, semakin tinggi tingkat konformitas siswa, semakin besar kecenderungan mereka untuk berperilaku konsumtif.

Kata Kunci: Konformitas; Perilaku Konsumtif; Siswa.

Abstract

This study aims to examine the relationship between conformity and consumer behavior among students of SMAS Adabiah 2 Padang. The significance of this research is based on the phenomenon where students purchase goods not only out of necessity but also due to social influence and the symbolic value of products. Consumer behavior increases as individuals strive to adjust or conform in order to be accepted by the group, which can result in increased consumption among students. This study uses two theories based on the variables being researched: Robert K. Merton's theory of conformity, which explains how individuals adjust their behavior according to group norms to maintain social stability, and Jean Baudrillard's theory of consumer society, which analyzes consumer behavior in the context of symbols and images associated with goods. A quantitative approach with a correlational design is used in this study. The research population consists of 626 students, with a sample of 87 respondents calculated using Slovin's formula with a 10% margin of error. The sampling technique used is *Proportionate Random Sampling* to ensure representation from each class. Data were collected using a Likert scale questionnaire and tested for validity and reliability. Data analysis was conducted using normality tests, linearity tests, and Pearson's correlation test to measure the relationship between conformity and consumer behavior. The correlation test results show that the calculated r is greater than the table r , with $0.646 > 0.2108$ for the adjustment indicator and $0.603 > 0.2108$ for the shared expectations indicator, indicating a positive correlation between conformity and consumer behavior. In conclusion, the higher the level of student conformity, the greater their tendency to engage in consumer behavior.

Keywords: Conformity; Consumptive Behavior; Students.

How to Cite: Putri, S. M. & Erianjoni, E. (2025). Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Siswa SMA Swasta Adabiah 2 Padang. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 8(1), 61-71.



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Share-Alike 4.0 International License. If you remix, transform, or build upon the material, you must distribute your contributions under the same license as the original. ©2025 by author.

Pendahuluan

Perilaku konsumtif merupakan fenomena sosial yang telah lama menjadi perhatian berbagai kalangan, mulai dari akademisi, pelaku industri, hingga pemerhati masyarakat. Fenomena ini mencerminkan pergeseran pola konsumsi masyarakat yang semakin berorientasi pada simbol status dan identitas, daripada sekadar memenuhi kebutuhan dasar (Soemarsono et al., 2024). Dalam konteks ini, konsumsi tidak lagi dilihat sebagai aktivitas rasional untuk memuaskan kebutuhan, tetapi lebih pada representasi nilai dan makna yang ingin ditampilkan oleh individu. Seperti yang diungkapkan oleh Jean Baudrillard (dalam Suyanto, 2017), masyarakat modern mengonsumsi tidak hanya nilai guna suatu produk, melainkan tanda atau simbol yang melekat pada produk tersebut.

Baudrillard (2018) mencirikan masyarakat konsumen sebagai masyarakat yang di dalamnya terjadi pergeseran logika dalam konsumsi, yaitu dari logika kebutuhan menuju logika hasrat, yaitu bagaimana konsumsi menjadi pemenuhan akan tanda-tanda. Dengan kata lain, orang tidak lagi mengonsumsi nilai guna produk, tetapi nilai tandanya. Dalam pandangan Jean P. Baudrillard, yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya adalah tanda (pesan dan citra) ketimbang barang itu sendiri, artinya suatu barang tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya, melainkan berdasarkan atas apa yang dimaknai masyarakat itu sendiri, dan apa yang dimaknai masyarakat bukan dalam pengertian apa yang mereka lakukan, namun lebih pada hubungan masyarakat dengan seluruh sistem barang dan tanda (Baudrillard, 2018).

Dalam bukunya yang berjudul masyarakat konsumsi, Baudrillard (2018) menganalogikan seseorang yang memutuskan mengganti handphonenya dengan iPhone, misalnya benarkah karena didorong kebutuhan untuk memanfaatkan iPhone sebagai alat komunikasi yang lebih canggih, ataukah semata karena didorong gengsi dan ketinggalan zaman? Demikian pula, seseorang yang memutuskan membeli jam tangan Rolex, apakah keputusan ini karena jam tangan merek lain yang lebih murah sering kali tidak tepat waktu ataukah karena jam tangan Rolex dinilai lebih sesuai dengan reputasinya sebagai kalangan menengah ke atas atau kelompok borjuis di masyarakat? Alasan-alasan irasional yang melatarbelakangi perilaku konsumsi masyarakat seperti inilah, yang menurut Jean Baudrillard sebagai bukti bahwa yang dikonsumsi sesungguhnya adalah tanda atau semata citra, bukan kemanfaatan komoditas yang dibelinya itu.

Apa yang dikonsumsi masyarakat, pada dasarnya bukanlah objek, melainkan tanda. Ketika masyarakat memiliki penghasilan lebih dan kemudian mengonsumsi sesuatu, sesungguhnya yang terjadi bukanlah sebuah kebebasan, karena yang terjadi adalah masyarakat tidak membeli apa yang mereka butuhkan, tetapi membeli apa yang kode sampaikan kepada kita tentang apa yang seharusnya dibeli. Konsumsi merupakan sebuah sistem aksi dari manipulasi tanda, sehingga mengonsumsi objek tertentu menandakan bahwa kita sama dengan orang lain yang mengonsumsi objek tersebut, dan di saat yang sama kita berbeda dengan orang yang mengonsumsi objek yang lain (Baudrillard, 2018).

Objek-objek yang dikonsumsi masyarakat tidak memiliki makna dalam kaitan dengan kegunaan dan keperluannya, juga tidak memiliki makna dari hubungan yang nyata antara masyarakat. Makna objek berasal dari perbedaan hubungannya dengan dan/atau objek lain. Dengan kata lain, ketika sebuah produk dikonsumsi seseorang, maka yang terjadi sesungguhnya adalah gaya ekspresi dan tanda, prestise, kemewahan, kekuasaan, dan lain sebagainya (Suyanto, 2017). Perilaku konsumtif adalah membeli suatu barang tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya, melainkan berdasarkan atas apa yang dimaknai masyarakat itu sendiri, makna yang dimaksud adalah mengonsumsi karena suatu barang memiliki tanda atau simbol (pesan dan citra) ketimbang barang itu sendiri.

Kondisi ini tidak hanya terjadi pada orang dewasa, tetapi juga telah merambah pada kalangan remaja, termasuk siswa sekolah menengah. Remaja berada dalam fase kehidupan yang kompleks, di mana pencarian identitas, tekanan dari teman sebaya, dan pengaruh media sosial memainkan peran signifikan dalam membentuk perilaku mereka. Menurut Hayati, Yusuf & Asnah (2020), remaja cenderung lebih sensitif terhadap pengaruh eksternal, seperti lingkungan sosial dan budaya populer. Masa ini ditandai dengan fluktuasi emosi dan kecenderungan bertindak impulsif, termasuk dalam hal konsumsi. Masa remaja adalah masa transisi dan pencarian identitas. Remaja cenderung mengalami emosi yang fluktuatif dan cenderung sensitif dalam hal-hal yang berkaitan dengan diri mereka sendiri dan sering kali bertindak kurang rasional termasuk dalam hal perilaku konsumsi mereka (Ridhayani & Johan, 2020).

Perilaku konsumtif salah satunya dapat timbul melalui lingkungan sosial remaja, karena lingkungan pergaulan remaja mempunyai pengaruh terhadap minat, sikap, pembicaraan, penampilan dan perilaku yang lebih besar dibandingkan keluarga (Hurlock, 1992). Menurut Anggraeni & Setiaji (2018), mengungkapkan bahwa perilaku konsumtif begitu dominan di kalangan remaja, hal tersebut dikarenakan secara psikologis, remaja masih berada dalam proses pembentukan jati diri dan sangat sensitif terhadap pengaruh dari luar. Masa remaja merupakan salah satu fase di mana ia membutuhkan bimbingan dalam kehidupan mereka karena banyaknya konflik psikologis dari dalam diri yang sangat dominan terjadi pada remaja yang disebabkan oleh perkembangan fisik (Ali & Ashori, 2017).

Remaja akan dianggap mengikuti perkembangan zaman dan mendapat “label” yang mengangkat harga dirinya apabila telah membeli dan memakai suatu barang dengan merek terkenal. Penelitian sebelumnya oleh Ermawati (dalam Fitriyani et al., 2013) berpendapat remaja dianggap memiliki kemampuan berkonsumsi yang tinggi karena mereka cenderung menjadi *trend center* dalam kegiatan konsumsi. Konsumen muda cenderung konsumtif, kurang peduli dengan masalah sosial, dan lebih mementingkan penampilan. Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Irmasari (dalam Fitriyani et al., 2013) mengatakan bahwa perilaku konsumtif akan menimbulkan dampak negatif, terutama bagi remaja. Dampak negatif perilaku konsumtif antara lain kecemburuan sosial, mengurangi kesempatan untuk menabung dan cenderung tidak memikirkan harga barang tersebut murah atau mahal, barang yang diperlukan atau tidak, sehingga bagi orang yang tidak mampu mereka tidak akan sanggup untuk mengikuti pola kehidupan yang seperti itu.

Kenyataan ini menandakan bahwa lingkungan pergaulan mendukung suasana kompetitif untuk memperlihatkan ketidaktertinggalannya terhadap mode terbaru lebih memengaruhi remaja. Selama masa remaja, tekanan untuk melakukan konformitas meningkat. Remaja dalam hal ini mendapatkan pengaruh kuat dari teman sebaya, di mana remaja mengalami perubahan-perubahan tingkah laku sebagai salah satu usaha penyesuaian, mereka harus mampu merespon kekuatan konsumsi yang terus meningkat. Ini berarti bahwa mereka dituntut untuk dapat mengontrol agar nafsu dan perilaku mereka dapat diatasi. Perilaku konsumtif siswa menjadi fenomena yang menarik untuk dikaji.

Berdasarkan observasi awal di SMAS Adabiah 2 Padang, siswa di sekolah ini menunjukkan pola konsumsi yang cenderung berlebihan dan tidak rasional. Perilaku ini tidak hanya disebabkan oleh kebutuhan dasar, tetapi juga dipengaruhi oleh konformitas, yaitu kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dengan norma dan harapan kelompok sosial. Penulis melakukan observasi awal fenomena yang ditemukan di lapangan siswa SMAS Adabiah 2 Padang terbilang siswa yang menjadi konsumtif terlihat dari membeli makanan menggunakan aplikasi GoFood, siswa terlihat melabeli telepon genggam dengan merek iPhone sebagai telepon genggam yang keren dan bergengsi di kalangan siswa, bahkan terkadang terdapat siswa yang memiliki lebih dari satu telepon genggam, serta adanya kebiasaan nongkrong di kafe, terlihat unggahan pada *instastory* di aplikasi Instagram nongkrong sudah menjadi kebiasaan di hari libur bahkan sepulang sekolah.

Siswa laki-laki maupun perempuan terlihat memperhatikan penampilan sepeda motornya, motor mahal menjadi terlihat keren di kalangan siswa, dan terlihat modifikasi sepeda motor menjadi hobi bagi beberapa siswa, terdengar siswa yang membahas aksesoris motor yang akan mereka beli, sehingga terlihat adanya saling memengaruhi. Perilaku di atas bukan seakan-akan karena kebutuhan, tetapi adanya pengaruh dari teman. Untuk menghindari penolakan teman, maka siswa cenderung mengikuti agar diterima baik dalam kelompok teman sebaya. Menurut teori Merton (1968), konformitas adalah salah satu cara adaptasi sosial yang dilakukan individu untuk diterima dalam kelompok. Remaja sebagai kelompok usia yang rentan terhadap tekanan sosial, sering kali menyesuaikan perilaku mereka untuk mendapatkan pengakuan dari teman-temannya.

Penyesuaian ini terlihat dalam keputusan konsumsi mereka yang sering kali lebih didorong oleh keinginan untuk menunjukkan status atau identitas, daripada kebutuhan fungsional. Penelitian lainnya mengenai hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif oleh Sriatmini (dalam Fitriyani et al., 2013) pada remaja di Malang menunjukkan bahwa remaja gengsi dan merasa malu jika tidak membeli barang-barang yang tidak bermerek dan mereka merasa dikucilkan temannya, meskipun tidak mempunyai uang tetapi mereka akan tetap membeli barang bermerek tersebut sekalipun dengan jalan yang tidak wajar. Kebutuhan untuk diterima dan menjadi sama dengan orang lain yang sebaya itu menyebabkan remaja berusaha untuk mengikuti berbagai atribut yang sama. Menjadi masalah ketika kecenderungan yang sebenarnya wajar pada remaja ini dilakukan secara berlebihan. Terkadang apa yang dituntut oleh remaja di luar kemampuan orang tuanya sebagai sumber dana.

Idealnya, siswa sekolah menengah mengelola keuangan mereka secara bijaksana, memprioritaskan kebutuhan pendidikan, dan menghindari perilaku konsumtif yang berlebihan. Namun, kenyataan menunjukkan bahwa budaya konsumtif telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan siswa. Mereka terpapar pada simbol-simbol tertentu melalui media sosial, lingkungan sekolah, dan teman sebaya. Simbol ini mencakup merek *gadget*, gaya hidup, dan aktivitas sosial yang dianggap mencerminkan status dan

identitas. Kondisi faktual di SMAS Adabiah 2 Padang diperkuat oleh hasil wawancara peneliti dengan tiga siswa SMAS Adabiah 2 Padang pada bulan Agustus 2024, memberikan gambaran yang lebih mendalam tentang perilaku konsumtif mereka. Seorang siswa menyebutkan bahwa ia sering meminjam uang untuk nongkrong di kafe atau membeli barang-barang mahal, meskipun tidak benar-benar membutuhkannya. Siswa lain mengungkapkan bahwa ia merasa lebih senang menggunakan gadget bermerek seperti iPhone untuk mendapatkan pengakuan dari teman-temannya. Fenomena ini mencerminkan bagaimana tekanan kelompok sosial memengaruhi keputusan konsumsi siswa, yang pada akhirnya menciptakan budaya konsumtif di kalangan siswa. Tekanan sosial memainkan peran utama dalam membentuk perilaku ini, di mana siswa merasa perlu untuk menyesuaikan diri dengan kelompok agar diterima dan dihargai.

Studi mengenai hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif sudah dilakukan oleh beberapa peneliti seperti penelitian yang dilakukan oleh Fitriyani et al. (2013) menemukan bahwa konformitas menyumbang 10,9% terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa di Semarang. Penelitian oleh Susanto & Savira (2021) juga menunjukkan bahwa konformitas memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif pengguna e-commerce di kalangan wanita dewasa awal, dengan kontribusi sebesar 18,7%. Penelitian lainnya yang membahas hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif oleh Pratama (2017) mengungkapkan bahwa konformitas berhubungan dengan perilaku konsumtif pada penggemar *merchandise club* sepak bola Liverpool, di mana tekanan kelompok memengaruhi keputusan pembelian. Studi serupa oleh Pradipta & Kustanti (2021) menemukan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa yang mengonsumsi kopi di *coffeeshop* Semarang. Lalu penelitian yang dilakukan oleh Yuliantari & Herdiyanto (2015) menunjukkan bahwa konformitas dan harga diri berperan dalam memengaruhi perilaku konsumtif pada remaja putri, sehingga penting untuk memperhatikan faktor-faktor tersebut dalam upaya mengelola perilaku konsumtif di kalangan remaja.

Berbagai penelitian telah meneliti hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif, namun sebagian besar fokus pada lingkungan mahasiswa atau remaja perkotaan di kota besar. Penelitian ini menawarkan kebaruan dengan meneliti hubungan tersebut dalam konteks siswa SMA Swasta di Padang, yang belum banyak dikaji sebelumnya. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan baru mengenai pola konsumsi remaja dalam lingkungan pendidikan swasta. Temuan dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pendidik dan orang tua dalam memahami bagaimana konformitas sosial dapat memengaruhi kebiasaan konsumtif siswa. Dengan pemahaman ini, sekolah dapat merancang program literasi keuangan yang lebih efektif untuk membantu siswa mengelola pengeluaran mereka secara bijak.

Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif, menurut Sugiyono (2017) berlandaskan filsafat positivisme dan digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Metode ini melibatkan pengumpulan data melalui instrumen penelitian dan analisis statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pemilihan metode kuantitatif didasarkan pada kebutuhan untuk mengolah data dari dua variabel utama penelitian: konformitas (X) dan perilaku konsumtif (Y), yang diperoleh melalui kuesioner. Penelitian ini mengadopsi desain penelitian kuantitatif korelasional. Metode kuantitatif dengan desain korelasional dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu menguji hubungan antar variabel (Creswell, 2018). Data yang diperoleh melalui kuesioner dianalisis menggunakan rumus statistik untuk menghasilkan nilai numerik yang mewakili setiap indikator variabel.

Studi ini dilaksanakan di SMAS Adabiah 2 Padang, Kota Padang, Sumatera Barat selama 57 hari, dimulai dari 5 Agustus 2024 sampai 30 September 2024 pada semester ganjil tahun ajaran 2024/2025. Subjek penelitian adalah siswa SMAS Adabiah 2 Padang. Alasan memilih lokasi penelitian karena penulis sebelumnya sudah melakukan pra penelitian terlebih dahulu yang akhirnya penulis mendapatkan bahwa lokasi tersebut memiliki karakteristik permasalahan yang ingin penulis teliti lebih lanjut. SMAS Adabiah 2 Padang memiliki jumlah siswa yang cukup besar dan beragam, yang mencakup berbagai latar belakang sosial dan ekonomi. Ini memungkinkan penelitian untuk memperoleh data yang representatif mengenai hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif di kalangan pelajar, dengan melihat pengaruh lingkungan sekolah terhadap perilaku tersebut. Populasi penelitian yaitu keseluruhan subjek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu yang akan diteliti dalam penelitian ini mencakup siswa kelas XI dan XII SMAS Adabiah 2 Padang, berjumlah 626 siswa berdasarkan data dari kepala tata usaha sekolah, Ibu Yunita Anwar, S.Sos. Untuk penentuan sampel, peneliti menggunakan teknik *Proportionate Random Sampling*, teknik ini memastikan bahwa setiap subkelompok (strata) dalam populasi terwakili secara proporsional dalam sampel (Sugiyono, 2017). Jumlah sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%. Sampel ini diharapkan dapat merepresentasikan keadaan populasi secara akurat, sehingga kesimpulan yang ditarik dari sampel sesuai dengan kesimpulan yang diambil dari populasi. Penelitian ini mencakup

serangkaian kegiatan mulai dari persiapan, pelaksanaan, hingga penyusunan laporan penelitian, dengan tujuan untuk menghasilkan data yang representatif dan kesimpulan yang valid terkait populasi yang diteliti.

Untuk mengkaji studi ini peneliti menggunakan dua teori karena setiap teori mendukung masing-masing variabel yang diteliti. Teori pertama digunakan untuk menjelaskan variabel X, sedangkan teori kedua digunakan untuk menganalisis variabel Y. Teori yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini yaitu teori perilaku konsumsi oleh Jean P. Baudrillard dan teori konformitas oleh Robert K. Merton. Variabel konformitas sebagai variabel independen (X) variabel yang memengaruhi atau menjadi penyebab perubahan pada variabel lain dan variabel perilaku konsumtif sebagai variabel dependen (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Data penelitian terdiri dari data primer yang diperoleh melalui observasi dan kuesioner, serta data sekunder dari jurnal, artikel, dan buku, sebagaimana dijelaskan oleh [Sinambela & Sinambela \(2022\)](#). Untuk mengumpulkan data, penelitian ini menggunakan teknik kuesioner.

Peneliti menggunakan program SPSS 24.0 for Windows untuk menganalisis data, yang harus diubah menjadi data interval atau ratio terlebih dahulu. Pengumpulan data menggunakan angket dengan skala Likert. Sebelum pengumpulan data, dilakukan uji instrumen melalui uji validitas dan reliabilitas ([Azwar, 2018](#)) menekankan pentingnya validitas dan reliabilitas sebagai dua indikator utama kualitas alat ukur dalam penelitian. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan instrumen yang reliabel menunjukkan bahwa suatu instrumen dapat dipercaya ([Arikunto, 2014](#)).

Uji normalitas dilakukan menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, dengan data dianggap normal jika nilai signifikan lebih besar dari 0,05. Uji linearitas menggunakan uji F atau Anova untuk mengetahui hubungan linear antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Uji hipotesis menggunakan teknik *correlation product moment* untuk menentukan hubungan antara dua variabel. Nilai korelasi (r) berkisar antara 1 sampai -1, dengan interpretasi kekuatan hubungan mengikuti pedoman ([Sugiyono, 2017](#)).

Koefisien determinan digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel X (konformitas) memengaruhi variabel Y (perilaku konsumtif), dengan rumus $K_p = r^2$. Interpretasi koefisien determinan menggunakan kriteria dari sangat rendah (0%-20%) hingga sangat tinggi (80%-100%). Indikator ketercapaian penelitian adalah adanya hubungan positif dan signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada siswa SMAS Adabiah 2 Padang. Seluruh proses pengolahan data dilakukan dengan bantuan SPSS 24.0 for Windows dan Microsoft Excel 2010. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif secara komprehensif, menggunakan berbagai metode statistik untuk memastikan validitas dan reliabilitas hasil penelitian. Tujuan utama penelitian adalah menganalisis hubungan antara konformitas (X) sebagai variabel bebas dan perilaku konsumtif (Y) sebagai variabel terikat di kalangan siswa SMAS Adabiah 2 Padang.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada 87 siswa kelas XI dan XII SMAS Adabiah 2 Padang tahun ajaran 2024/2025, mencakup total 19 kelas yang terdiri dari 10 kelas XI dan 9 kelas XII. Data diperoleh melalui penyebaran angket dengan skala konformitas yang terdiri dari 42 item pernyataan dan skala perilaku konsumtif yang terdiri dari 36 item pernyataan.

Uji Normalitas

Uji prasyarat analisis dapat dilihat pada Tabel 1 menunjukkan bahwa data memenuhi asumsi yang diperlukan untuk analisis lebih lanjut. Uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan bahwa kedua variabel, konformitas dan perilaku konsumtif, memiliki distribusi normal dengan nilai signifikansi 0,200 ($> 0,05$) untuk keduanya. Jadi sebaran data variabel konformitas dan perilaku konsumtif memiliki distribusi normal, dengan demikian data tersebut dapat dilanjutkan ke analisis selanjutnya.

Tabel 1. Uji Normalitas

No	Variabel	Asymp. Sig (P-Value)	Kondisi	Kesimpulan
1	Konformitas	0,200	$p > 0,05$	Distribusi Normal
2	Perilaku Konsumtif	0,200	$p > 0,05$	Distribusi Normal

Sumber: Data Primer diolah 2024

Uji Linearitas

Uji linearitas dapat dilihat pada Tabel 2 menunjukkan adanya hubungan linear yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif. Berdasarkan hasil ANOVA yang disajikan, nilai F untuk uji linearitas adalah 64.690 dengan signifikansi 0.000, sementara nilai F untuk uji deviasi dari linearitas adalah 1.174 dengan signifikansi 0.297, karena nilai signifikansi untuk uji linearitas jauh di bawah 0.05, ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear yang signifikan antara "Konformitas" dan "Perilaku Konsumtif." Di sisi lain, nilai signifikansi untuk uji deviasi dari linearitas adalah 0.297, yang lebih besar dari 0.05, menunjukkan bahwa tidak ada deviasi signifikan dari linearitas. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier antara variabel konformitas dengan perilaku konsumtif.

Tabel 2. Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Konformitas * Perilaku Konsumtif	Between Groups	(Combined)	3796.867	31	122.480	3.223	0.000
		Linearity	2458.039	1	2458.039	64.690	0.000
		Deviation from Linearity	1338.829	30	44.628	1.174	0.297
	Within Groups		2089.845	55	37.997		
	Total		5886.713	86			

Sumber: Data Primer diolah 2024

Uji Hipotesis

Analisis uji hipotesis dapat dilihat pada Tabel 3, diketahui variabel konformitas memiliki hubungan dengan variabel perilaku konsumtif pada siswa SMAS Adabiah 2 Padang dengan perbandingan harga r yaitu r hitung $< r$ tabel untuk hubungan yang tidak signifikan (H_0 diterima) sedangkan jika r hitung $> r$ tabel berarti terdapat hubungan yang signifikan (H_1 diterima). Hasil yang diperoleh dalam analisis ini bahwa r hitung 0,646 sedangkan r tabel 0,2108, jadi r hitung 0,646 $> r$ tabel 0,2108. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswa SMAS Adabiah 2 Padang yang berarti H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya konformitas memengaruhi perilaku konsumtif pada siswa. Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi konformitas seseorang, semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya dapat dikonfirmasi.

Tabel 3. Uji Hipotesis

Korelasi	N	R	R Square	r Hitung	r Tabel	Sig	Ket
Rxy	87	0,646	0.418	0.646	0.2108	0.000	signifikan

Sumber: Data Primer diolah 2024

Uji Korelasi Indikator

Analisis korelasi perindikator dapat dilihat pada Tabel 4, indikator penyesuaian membuktikan adanya hubungan penyesuaian dengan perilaku konsumtif, dilihat dari hasil bahwa r hitung 0.560 $> r$ tabel 0.2108. Artinya, ada hubungan positif antara penyesuaian terhadap perilaku konsumtif. Ini berarti semakin baik siswa menyesuaikan diri dengan norma dan nilai di lingkungannya, semakin besar kecenderungan mereka untuk terlibat dalam perilaku konsumtif yang dianggap dapat diterima.

Hasil korelasi indikator ekspektasi bersama terhadap perilaku konsumtif adalah r hitung 0.603 $> r$ tabel 0.2108. Artinya, ada korelasi antara ekspektasi mayoritas terhadap perilaku konsumtif. Ini berarti bahwa ketika ekspektasi bersama atau harapan dalam suatu kelompok tinggi, perilaku konsumtif individu dalam kelompok tersebut juga cenderung lebih tinggi. Individu merasa terdorong untuk berperilaku konsumtif yang sesuai dengan harapan kelompok mereka.

Tabel 4. Uji Korelasi Indikator

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Penyesuaian	0.560	0.2108	Ada Korelasi
Eskpektasi Bersama	0.603	0.2108	Ada Korelasi

Sumber: Data Primer diolah 2024

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data, hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang diajukan peneliti, hipotesis diterima yaitu terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada siswa SMAS Adabiah 2 Padang. Lebih detail, kedua indikator konformitas yaitu penyesuaian dan ekspektasi bersama memiliki korelasi yang signifikan dengan perilaku konsumtif. Penyesuaian memiliki korelasi sebesar 0,560 dan ekspektasi bersama sebesar 0,603, keduanya lebih besar dari r tabel (0,2108). Nilai R Square sebesar 0,418 menunjukkan bahwa 42,8% variasi dalam perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh konformitas. Ini mengindikasikan bahwa konformitas memiliki pengaruh yang cukup substansial terhadap perilaku konsumtif, meskipun masih ada faktor-faktor lain yang memengaruhi perilaku konsumtif yang tidak dijelaskan dalam model ini.

Analisis data untuk kategorisasi konformitas sebesar 95,40% (83 dari 87 sampel) berada pada kategori sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata siswa di SMAS Adabiah 2 Padang memiliki konformitas yang sedang. Temuan studi ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ariyani (2018) di SMP Negeri 2 Kalasan. Penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar siswa berada dalam kategori konformitas sedang, sebesar 90,80%. Hal ini mengindikasikan bahwa siswa memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok sosial mereka, tetapi pengaruh tersebut tidak dominan atau ekstrem. Penelitian ini diperkuat saat observasi lapangan peneliti menemukan bahwa ketika jam istirahat siswa cenderung lebih senang membeli makanan yang sama, membeli barang-barang yang sama dengan teman-teman seperti gelang, *case handphone* dan barang-barang unik lainnya. Penelitian ini mendukung penelitian terdahulu oleh Nurdiana (2023) menggunakan subjek siswa kelas XII SMKS Lab Business School Tangerang dan menemukan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh positif terhadap perilaku mereka dalam membeli suatu barang di sekolah. Siswa cenderung membeli barang yang sama dengan teman-temannya untuk membaaur dengan mereka dan meningkatkan rasa percaya diri. Penelitian lain oleh Ashari & Sudarwanto (2022) menemukan bahwa teman sebaya memiliki pengaruh positif terhadap keputusan mereka dalam membeli suatu barang yang sama yaitu dalam pembelian *Lip Cream*. Siswa cenderung membeli barang yang sama dengan teman-temannya untuk meniru perilaku mereka dan meningkatkan pengalaman belanja. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian oleh Lianto & Kurniawati (2024) menemukan adanya kemampuan individu dengan kontrol diri yang tinggi cenderung membuat keputusan pembelian berdasarkan keinginan pribadi, bukan karena tekanan kelompok pertemanannya.

Tingkat konformitas dalam kategori sedang tersebut menunjukkan bahwa remaja cenderung mengikuti aturan-aturan yang ada dalam kelompoknya (Mardison, 2016). Keinginan untuk mengubah keyakinan dan perilaku agar terlihat sama dengan temannya atau kelompoknya ini yang disebut konformitas. Tendensi yang diberikan menuntun perubahan sikap dan perilaku individu agar sesuai dengan harapan yang dibentuk oleh kelompok. Tuntutan tersebut harus dipenuhi agar individu dapat diterima dan dapat bertahan di dalam kelompok tersebut (Hasbi & Awaru, 2020). Tingkat konformitas dalam kategori sedang tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar siswa SMAS Adabiah 2 Padang cukup memiliki nilai penyesuaian dan ekspektasi bersama pada kelompok pertemanannya. Berlandaskan teori Merton (1968) konformitas terjadi ketika masyarakat berada dalam keadaan stabil, di mana mayoritas anggotanya menunjukkan perilaku yang sesuai dengan harapan dan standar sosial yang berlaku. Individu yang mengadopsi konformitas berpegang pada ekspektasi bersama dengan cara mengikuti baik tujuan sosial maupun sarana yang sah untuk mencapainya. Ekspektasi bersama ini menggambarkan bagaimana individu diharapkan berperilaku dan mencapai tujuan yang diinginkan. Penyesuaian diri dengan harapan kelompok menjadi penting agar individu dapat diterima. Jika norma kelompok dilanggar, konsekuensinya adalah penolakan atau pengasingan dari kelompok. Studi ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Myers (dalam Oktaviani et al., 2024), jika seseorang merasa nyaman mengakui dirinya sebagai anggota kelompok yang berbeda, semakin sakit pula individu tersebut menerima kritik dari anggota kelompok lainnya. Orang-orang yang lebih fokus pada suatu kelompok lebih takut ditolak dan cenderung tidak berselisih paham dengan kelompok secara keseluruhan (Venny et al., 2022).

Hasil penelitian pada variabel kedua, berdasarkan kategorisasi perilaku konsumtif siswa berada pada kategori sedang dengan persentase 90,80% (79 dari 87 sampel). Hasil tersebut menunjukkan bahwa Sebagian besar siswa SMAS Adabiah 2 Padang cenderung berperilaku konsumtif walaupun tidak tinggi atau ekstrim. Studi ini mendukung penelitian yang ditemukan oleh Romadloniyah & Setiaji (2020) di SMAN 1 Bae Kudus menemukan bahwa 58,6% menunjukkan perilaku konsumtif dengan kategori sedang yang dipengaruhi oleh konformitas. Berdasarkan analisis data penelitian ini membuktikan hasil sejalan dengan teori konsumtif Jean P. Baudrillard, yang menyatakan bahwa konsumsi tidak hanya terkait dengan kebutuhan fisik, tetapi juga dengan pencarian identitas sosial dan prestise. Penggunaan *smartphone* di kalangan siswa SMAS Adabiah 2 Padang terlihat mementingkan model tertentu yang dianggap sebagai simbol status sosial, menunjukkan bahwa banyak siswa memilih produk tersebut bukan hanya karena fungsinya, tetapi juga karena citra yang diwakilinya. Hal ini mendukung penelitian oleh Alfiah & Budiani (2014), yang menemukan bahwa remaja

memiliki perilaku konsumtif tinggi dalam pembelian *smartphone*, mencerminkan keinginan untuk menunjukkan identitas sosial melalui barang yang dikonsumsi. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian yang ditemukan oleh [Nasution, Suhaili & Alizamar \(2017\)](#), temuan ini menunjukkan bahwa banyak siswa memanfaatkan *smartphone* untuk tujuan fungsional yang mendukung aktivitas akademik mereka, *smartphone* dianggap memiliki kemampuan dan fungsi yang menyerupai komputer, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai alat bantu dalam dunia pendidikan bukan hanya untuk simbol status sosial.

Hasil perilaku konsumtif berada pada kategori sedang membuktikan siswa lebih senang belanja makanan di aplikasi *online* dibandingkan di kantin sekolah. Sejalan dengan penelitian terdahulu oleh [Hidayatullah et al \(2018\)](#) menunjukkan bahwa generasi milenial termasuk siswa cenderung memiliki perilaku konsumtif yang tinggi dan lebih memilih opsi yang menawarkan kenyamanan, seperti layanan pengantaran makanan *online*. Selain itu hasil memperlihatkan bahwa nongkrong di kafe menjadi suatu kegiatan yang dilakukan siswa untuk mengerjakan tugas, bermain di hari libur, bahkan sepulang sekolah. Penelitian sebelumnya yang dilakukan [Kurniawan & Ridlo \(2017\)](#) menunjukkan pergeseran tren terhadap perilaku konsumtif di *coffeeshop*, penelitian ini menyebutkan bahwa terjadi peningkatan konsumsi kopi harian pada remaja, yang mana saat ini remaja sudah banyak menghabiskan waktu untuk duduk di *coffeeshop*. Mereka sering kali membeli makanan tanpa mempertimbangkan kebutuhan atau anggaran secara rasional, yang menunjukkan pengaruh besar dari pemasaran dan aksesibilitas teknologi. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian yang ditemukan oleh [Harahap et al \(2023\)](#), alasan pemilihan *coffeeshop* sebagai tempat duduk di waktu senggang karena waktu buka yang lebih lama sehingga siswa bisa mengerjakan tugas saat sekolah sudah tutup, lingkungan yang lebih santai untuk mengerjakan tugas, akses makan dan minum, ruang diskusi terbuka, akses internet dan fasilitas yang tersedia lebih mendukung daripada perpustakaan.

Berlandaskan pada teori konsumsi menurut [Baudrillard \(2018\)](#) saat ini yang dikonsumsi masyarakat sesungguhnya adalah tanda (pesan dan citra) ketimbang barang itu sendiri. Artinya, suatu barang tidak lagi didefinisikan berdasarkan kegunaannya, melainkan berdasarkan atas apa yang dimaknai masyarakat itu sendiri. Terlihat dari hasil penelitian siswa berperilaku konsumtif karena keinginan mengonsumsi simbol, tanda, citra dan merek yang ada dalam suatu produk bukan karena kegunaannya. Perilaku konsumtif saat ini sudah menjadi budaya di kalangan remaja. Menurut [Hayati, Yusuf & Asnahayati \(2020\)](#) siswa sekolah menengah adalah bagian dari remaja. Masa remaja merupakan masa transisi dalam rentang kehidupan manusia, yang menghubungkan masa kanak-kanak dan dewasa. Masa remaja adalah masa transisi dan pencarian identitas. Remaja cenderung mengalami emosi yang fluktuatif dan cenderung sensitif dalam hal-hal yang berkaitan dengan diri mereka sendiri dan sering kali bertindak kurang rasional termasuk dalam hal perilaku konsumsi mereka ([Ridhayani & Johan, 2020](#)). Salah satu faktor yang memengaruhi tingkat konsumtif seseorang adalah kelompok referensi, Yang dimaksud kelompok referensi dalam hal ini adalah kelompok pertemanan. Siswa yang berada dalam masa remaja cenderung melakukan konformitas dengan membentuk sikap maupun perilakunya sesuai dengan kelompok pertemanannya sebagai referensi. Sampai sejauh mana kelompok referensi memengaruhi perilaku seseorang bergantung pada sejauh mana individu tersebut terpengaruh oleh kelompok referensi dan kekuatan keterlibatannya dalam kelompok, mengingat bahwa tingkat konformitas siswa kelas XI dan XII SMAS Adabiah 2 Padang dalam penelitian ini berada dalam kategori sedang, maka dapat dikatakan bahwa perilaku konsumtif mereka cukup terpengaruh dengan teman sebaya.

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel konformitas dengan perilaku konsumtif siswa menyatakan adanya hubungan sebesar 0,646 dengan nilai signifikan $p(0,000) < 0,05$. Hal ini berarti hipotesis alternatif (H_a) yang berbunyi ada hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif diterima. Artinya, semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif siswa, begitu juga sebaliknya, semakin rendah konformitas maka semakin rendah pula perilaku konsumtif siswa SMAS Adabiah 2 Padang.

Temuan studi ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh [Jafar et al \(2023\)](#) yang menemukan bahwa remaja di kota besar lebih rentan terhadap konsumsi impulsif akibat tekanan sosial. Teman sebaya menjadi sangat bermakna dan berpengaruh dalam kehidupan sosial remaja, karena mereka menjadi tempat untuk belajar keterampilan sosial dan mengambil berbagai peran. Namun, hasil ini berbeda dengan penelitian oleh [Harefa \(2021\)](#), di mana faktor ekonomi keluarga lebih dominan dalam membentuk kebiasaan konsumtif remaja daripada tekanan sosial. Dalam penelitian ini masih terdapat faktor lain diluar konformitas yang memengaruhi perilaku konsumtif, salah satunya dipengaruhi oleh faktor ekonomi keluarga.

Hal tersebut memberikan arti perilaku konsumtif yang dimiliki siswa kelas XI dan XII SMAS Adabiah 2 Padang lebih banyak di arahkan dalam hal lain dan bukan hanya pada konformitas. Temuan ini sejalan dengan studi oleh [Tripambudi & Indrawati \(2020\)](#) mengenai kontrol diri menjadi salah satu cara seseorang untuk mengendalikan tingkah laku, menahani godaan yang muncul baik dalam diri sendiri ataupun dari luar sehingga dapat mengambil tindakan nyata terhadap suatu permasalahan yang terjadi, berpikir positif, melakukan antisipasi terhadap peristiwa yang akan terjadi, serta menentukan keputusan atau sikap dari

alternatif yang ada sehingga memberikan dampak yang positif bagi diri sendiri maupun lingkungan. Keinginan individuasi dan adanya kontrol diri memegang peranan cukup kuat, sehingga apabila bertentangan dengan hal-hal tersebut mereka cenderung tidak melakukan konformitas.

Di lain sisi, telah diketahui bersama bahwa perilaku konsumtif merupakan perilaku yang tidak dapat dibenarkan, terutama apabila dilakukan oleh siswa. Hal tersebut yang menjadikan sebagian siswa cenderung tidak banyak yang melakukan konformitas. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa keterbatasan yang perlu dicatat. Salah satu keterbatasan utama adalah ketidakhadiran beberapa siswa yang telah dipilih secara acak untuk berpartisipasi. Akibatnya, peneliti harus memilih peserta secara manual dari siswa yang hadir. Selain keterbatasan tersebut, penelitian ini juga menghadapi kendala lain. Selama proses pengumpulan data, ditemukan bahwa beberapa siswa masih saling menyontek dan bertanya kepada teman-teman mereka. Kendala ini menunjukkan perlunya pendekatan yang lebih ketat dalam pengawasan selama pengumpulan data untuk memastikan integritas dan validitas informasi yang dikumpulkan. Dengan memahami keterbatasan dan kendala ini, diharapkan penelitian selanjutnya dapat dirancang dengan lebih baik untuk mengatasi masalah yang ada dan meningkatkan kualitas hasil penelitian.

Ditinjau dari besarnya sumbangan variabel konformitas pada variabel perilaku konsumtif siswa sebesar 42%, maka masih ada 58% faktor lain yang memengaruhi siswa SMAS Adabiah 2 Padang dalam berperilaku konsumtif. Menurut Koter (Yuliantari & Kartika, 2015) perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi faktor pribadi, seperti usia, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, dan kepribadian, serta faktor psikologis, seperti motivasi, persepsi, pengetahuan, dan kepercayaan. Faktor eksternal terdiri atas faktor budaya, seperti kebudayaan dan kelas sosial, serta faktor sosial, seperti kelompok acuan, keluarga, dan peran atau status sosial. Kombinasi faktor ini memengaruhi individu dalam mengambil keputusan konsumsi, baik untuk memenuhi kebutuhan maupun sebagai bentuk ekspresi diri dan status sosial.

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan temuan penting mengenai tingkat dan hubungan konformitas dan perilaku konsumtif di kalangan siswa SMAS Adabiah 2 Padang. Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa konformitas memiliki hubungan positif dan signifikan dengan perilaku konsumtif (r hitung 0,646 > r tabel 0,2108). Dengan demikian, hipotesis penelitian yang menyatakan bahwa semakin tinggi konformitas seseorang, semakin tinggi pula kecenderungan perilaku konsumtifnya dapat dikonfirmasi. Meskipun mayoritas siswa menunjukkan tingkat konformitas sedang, adanya sebagian kecil siswa dengan konformitas tinggi mengindikasikan perlunya perhatian khusus. Lebih mengkhawatirkan lagi, tingkat perilaku konsumtif yang tinggi pada mayoritas siswa menunjukkan urgensi untuk pendidikan keuangan dan konsumsi yang bertanggung jawab. Implikasi penelitian ini menunjukkan bahwa sekolah dan orang tua perlu lebih aktif dalam memberikan edukasi terkait pengelolaan keuangan siswa. Selain itu, hasil penelitian ini mendukung teori konformitas dalam menjelaskan bagaimana norma sosial di lingkungan sekolah dapat memengaruhi pola konsumsi remaja. Keterbatasan penelitian ini adalah cakupan sampel yang terbatas pada satu sekolah swasta, sehingga hasilnya mungkin tidak dapat digeneralisasikan ke seluruh siswa di Indonesia. Selain itu, penelitian ini hanya mengukur hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif tanpa mempertimbangkan faktor eksternal lainnya, seperti pengaruh media sosial atau status ekonomi keluarga. Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode kualitatif guna memahami lebih dalam bagaimana siswa mengalami tekanan sosial yang memengaruhi pola konsumsi mereka. Selain itu, studi lebih lanjut dapat mengeksplorasi bagaimana media sosial berkontribusi dalam membentuk perilaku konsumtif remaja.

Daftar Pustaka

- Alfiah, I., & Budiani, M. S. (2014). Harga Diri dan Konformitas dengan Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Smartphone pada Siswa. *Jurnal Psikologi Teori dan Terapan*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.26740/jptt.v5n1.p15-22>
- Ali, M., & Ashori, M. (2017). *Psikologi remaja: Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Anggraeni, E., & Setiaji, K. (2018). Pengaruh Media Sosial dan Status Ekonomi Orang Tua Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Economic Education Analysis Journal*, 7(1), 172–180.
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Ariyani, D. (2018). Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Citra Tubuh Pada Siswa Kelas VIII di SMP Negeri 2 Kalasan. *Jurnal Riset Mahasiswa Bimbingan Dan Konseling*, 4(8), 407–414. <https://journal.student.uny.ac.id/index.php/fipbk/article/download/12581/12127>

- Ashari, A. A. & Sudarwanto, T. (2022). Pengaruh Teman Sebaya dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Lip Cream. *Jurnal Sinar Manajemen*, 9(2), 170–182. <https://doi.org/10.56338/jsm.v9i2.2609>
- Azwar, S. (2018). *Reliabilitas dan Validitas dalam Penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Baudrillard, J. P. (2018). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications, Inc.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip*, 12(1), 55–68. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jpu.12.1.1-14>
- Harahap, D. R. S., Aliwijaya, A., Hariaty, Y., & Susianti, V. A. (2023). Coffee Shop VS Perpustakaan: Konsep Tempat Belajar Pemustaka Generasi Baru. *Jurnal Perpustakaan Universitas Airlangga*, 13(2), 123–130. <https://e-journal.unair.ac.id/JPERPUS>
- Harefa, A. K. (2021). Pengaruh Status Ekonomi Keluarga Terhadap Perilaku Konsumsi Siswa di Kelas XI SMA Negeri 1 Telukdalam Tahun 2020/2021. *Jurnal Education and Development*, 9(1), 628–634.
- Hasbi, M., & Awaru, A. O. T. (2020). Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Angkatan 2016. *Jurnal Sosialisasi Pendidikan Sosiologi-FIS UNM*, 71–76. <http://ojs.unm.ac.id/sosialisasi/article/view/2376>
- Hayati, A., Yusuf, A. M., & Asnah, M. B. (2020). Contribution of Self Control and Peer Conformity to Consumptive Behavior. *International Journal of Applied Counseling and Social Sciences*, 1(2), 16–24. <https://doi.org/10.24036/005344ijaccs>
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Hurlock, E. B. (1992). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Jakarta: Erlangga.
- Jafar, M. K., Anggrainy, N. E., Suhardin, I., & Tohai, R. N. (2023). Gaya Hidup dan Perilaku Konsumtif Remaja Di Kota Manado. *Maqrizi: Journal of Economics and Islamic Economics*, 3(1), 96–105. <http://ejournal.iain-manado.ac.id/index.php/maqrizii>
- Kurniawan, A., & Ridlo, M. R. (2017). Perilaku Konsumtif Remaja Penikmat Warung Kopi. *Jurnal Sosiologi Dilema*, 32(1), 9–22. <https://jurnal.uns.ac.id/dilema>,
- Lianto, A. L., & Meike Kurniawati. (2024). Pengaruh Konformitas Terhadap Impulsive buying dengan Self-control sebagai Moderator pada Dewasa Awal. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 66–76. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2656>
- Mardison, S. (2016). Konformitas Teman Sebaya Sebagai Pembentuk Perilaku Individu. *Jurnal Al-Taujih*, 2(1), 79–90.
- Merton, R. (1968). *Social Theory and Social Structure*. New York: The free press.
- Nasution, J. A., Suhaili, N., & Alizamar, A. (2017). Motif Siswa memiliki Smartphone dan Penggunaannya. *JPPi (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 3(2), 15–29. <https://doi.org/10.29210/02017114>
- Nurdiana, N. (2023). Pengaruh Teman Sebaya Terhadap Perilaku Konsumsi Pada Siswa Kelas 12 SMK Lab Business School Tangerang. *Journal of Business Education and Social*, 4(1), 29–36. <https://doi.org/10.33592/jbes.v4i1.4270>
- Oktaviani, D. E., Suryanto, T. & Nurhayati, N. (2024). Pengaruh Kontribusi Konformitas Peer Group dan Pemanfaatan Fitur Live Streaming sebagai Media Marketing dalam Melakukan Consumer Purchasing Decisions pada E-Commerce Shopee dalam Perspektif Bisnis Islam. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(3), 261–274. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i3.2262>
- Pradipta, P., & Kustanti, E. R. (2021). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Coffeshop Semarang. *Jurnal Empati*, 10(3), 167–174. <https://doi.org/10.14710/empati.2021.31280>
- Pratama, H. S. (2017). Hubungan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Liverpool Pada Anggota Suporter Klub Sepakbola Liverpool di Bekasi. *Jurnal Psikologi*, 10(2), 138–147.
- Ridhayani, F., & Johan, I. R. (2020). The Influence of Financial Literacy and Reference Group toward Consumptive Behavior Across Senior High School Students. *Journal of Consumer Sciences*, 5(1), 29–45. <https://doi.org/10.29244/jcs.5.1.29-45>
- Romadloniyah, & Setiaji, S. (2020). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang Tua, Konformitas, Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif dalam Prespektif Gender. *Eeaj*, 9(1), 50–64. <https://doi.org/10.15294/eeaj.v9i1.37224>

-
- Sinambela, L., & Sinambela, S. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Teoretik dan Praktik*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Soemarsono, A. A. W., Vernanda, H., Roselawati, L., & Safitri, A. C. (2024). Budaya Konsumerisme Pekerja Kafe di Wilayah Jember Kota. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(2), 347–361. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i2.773>
- Sugiyono, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susanto, P. A., & Savira, S. I. (2021). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pengguna E-Commerce Marketplace. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 8(9), 132–141.
- Suyanto, B. (2017). *Sosiologi Ekonomi* (ketiga). Jakarta: Kencana.
- Tripambudi, B., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Perilaku Konsumtif Pembelian Gadget Pada Mahasiswa Teknik Industri Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 7(2), 597–603. <https://doi.org/10.14710/empati.2018.21683>
- Venny, H., Siti, A., & Suryanisngsih. (2022). Proses Pembentukan Konformitas dalam Pendampingan Anak yang Berhadapan dengan Hukum di Kota Tanjung Pinang. *Jurnal Sosial Dan Sains*, 2(2), 278–285. <http://sosains.greenvest.co.id>.
- Yuliantari, M. I., & Herdiyanto, Y. K. (2015). Hubungan konformitas dan harga diri dengan perilaku konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, 2(1), 89-99.