

Hubungan Konformitas dan Kontrol diri dengan Pembelian Kompulsif Terhadap Produk Skincare Innisfree pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Zahra Khairalita¹, Tanti Susilarini²

Universitas Persada Indonesia Y.A.I¹, Universitas Persada Indonesia Y.A.I²

E-mail: zkhairalita@gmail.com¹, tanti.gestalt@gmail.com²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif pada mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 156 mahasiswi. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling* dengan jenis *purposive sampling* dengan jumlah sampel penelitian sebanyak 156 mahasiswi. Teknik pengumpulan data menggunakan tiga skala, yaitu skala pembelian kompulsif, konformitas, dan kontrol diri. Hasil analisis *bivariate correlation* pertama antara konformitas dengan pembelian kompulsif diperoleh koefisien korelasi (r) sebesar 0,222 dengan $p = 0.005 < 0.05$. Sehingga H_{a1} yang berbunyi “Ada hubungan antara konformitas dengan pembelian kompulsif pada mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 Universitas Persada Indonesia Y.A.I angkatan 2018” diterima. Hasil *bivariate correlation* kedua antara kontrol diri dengan pembelian kompulsif diperoleh korelasi (r) sebesar 0.378 dengan $p = 0.000 < 0.05$. Sehingga H_{a2} yang berbunyi “Ada hubungan antara kontrol diri dengan pembelian kompulsif pada mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 Universitas Persada Indonesia Y.A.I” diterima. Hasil analisis data *multivariate correlation* antara konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif (R) sebesar 0.461 dengan $p = 0.000 < 0.05$. Sehingga H_{a3} yang berbunyi “Ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif pada mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 Universitas Persada Indonesia Y.A.I” diterima.

Kata kunci : Pembelian Kompulsif, Konformitas, dan Kontrol Diri.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between conformity and self-control with compulsive buying in students of the Faculty of Psychology, Persada University of Indonesia YAI batch 2018. The population in this study amounted to 156 female students. The sampling technique used in this study is non-probability sampling with purposive sampling type with a total sample of 156 female students. The data collection technique used three scales, namely the compulsive buying scale, conformity, and self-control. The results of the first bivariate correlation analysis between conformity and compulsive buying obtained a correlation coefficient (r) of 0.222 with $p = 0.005 < 0.05$. So H_{a1} which reads "There is a relationship between conformity and compulsive buying in students of the Faculty of Psychology, Persada University of Indonesia YAI batch 2018" is accepted. The results of the second bivariate correlation between self-control and compulsive buying obtained a correlation (r) of 0.378 with $p = 0.000 < 0.05$. So H_{a2} which reads "There is a relationship between self-control and compulsive buying in students of the Faculty of Psychology, Persada University of Indonesia YAI batch 2018" is accepted. The results of data analysis multivariate correlation between conformity and self-control with compulsive buying (R) of 0.461 with $p = 0.000 < 0.05$. So H_{a3} which reads "There is a relationship between conformity and self-control with compulsive buying in students of the Faculty of Psychology, Persada University of Indonesia YAI batch 2018" is accepted.

Keywords: Compulsive Buying, Conformity, and Self Control.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Pada saat ini, penampilan dan perawatan kulit merupakan hal yang diminati oleh setiap orang. Salah satu cara untuk menerapkan hal tersebut adalah dengan menggunakan produk skin care. Masalah kecantikan banyak mendapat perhatian dan sering menjadi bahan perbincangan dalam berbagai kesempatan. Menurut pendapat dari Ketua Persatuan Kosmetik Indonesia (Perkosmi), Bapak Sancoyo mengungkapkan bahwa produk skin care menjadi kategori pertumbuhan barang impor yang sangat cepat. Selain itu, berdasarkan hasil riset dari SAC (Science Art Communication) Indonesia, saat ini produk skincare menjadi pasar terbesar dari kosmetik dan perawatan tubuh sepanjang tahun 2018.

Negara yang sedang gencar-gencarnya melakukan penawaran terhadap produk skin care adalah Korea Selatan, negara ini menjadi ikon perawatan kulit di wilayah Asia. Perkembangan pengaruh budaya Korea Selatan ini tidak hanya mencakup bidang kuliner dan fashion saja tapi juga merambah ke bidang kosmetik dan perawatan kulit. Salah satunya adalah produk skin care dari Innisfree yang sangat di minati oleh semua kalangan perempuan Indonesia terutama kalangan remaja. Mahasiswi sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, karena karakteristiknya yang labil, spesifik dan mudah untuk dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai

gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Kebutuhan yang terus menerus dan tidak merasa puas akan berdampak pada mengonsumsi sesuatu secara berlebihan yang menjadi perilaku kompulsif.

Edwards (dalam Ekapaksi, 2016) menyatakan bahwa pembelian kompulsif adalah perilaku yang memiliki karakteristik menyibukkan diri dengan kegiatan pembelian atau adanya dorongan untuk membeli yang tidak tertahankan, yang mengganggu dan tidak terkendali yang kemudian diasosiasikan dengan membeli barang secara berulang yang tidak terkendali, atau berbelanja dengan jangka waktu yang lebih lama dari yang direncanakan.

Krych (dalam Wulandari, 2018) pembelian kompulsif sebagai kecanduan perilaku, kebiasaan patologis yang terkait dengan perilaku yang ditandai dengan adanya dorongan untuk membeli, dorongan untuk pergi berbelanja, kecanduan pribadi yang berorientasi pada aktivitas yang berakhir dengan hilangnya kontrol perilaku, kegagalan dalam mengendalikan dan merevisi aktivitas dan konsekuensi afektif yang signifikan bila tindakan tersebut tidak layak dilakukan pada tingkat individu dan sosial.

Remaja merupakan obyek yang menarik untuk diminati oleh para ahli pemasaran. Kelompok usia remaja adalah salah satu pasar yang potensial bagi produsen. Alasannya antara lain karena pola konsumsi seseorang terbentuk pada usia remaja. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Cahyani (dalam Fitriyani, Widodo, Fauziah, 2013), iklan hanya mampu

mempengaruhi remaja sebesar 17%, sedangkan 83% remaja lebih terpengaruh oleh lingkungan sosial remaja. Remaja lebih mudah terpengaruh teman sebaya dalam hal berperilaku. Remaja mempunyai kepekaan terhadap apa yang sedang “in” contohnya produk skincare Innisfree, sehingga mendorong konsumen untuk terus mengkonsumsinya karena takut dibilang ketinggalan jaman. Kenyataan ini menandakan bahwa lingkungan pergaulan mendukung suasana kompetitif untuk memperlihatkan ketidaktertinggalannya terhadap skin care terbaru lebih mempengaruhi remaja, hal ini yang memunculkan perilaku pembelian kompulsif pada remaja.

Maka dari itu remaja membutuhkan kontrol diri yang baik agar tidak mudah terpengaruh dengan teman sebaya. Menurut Tajiri (dalam Maskhuroh, Renanita, 2018) kemampuan kontrol diri berpegang pada pikiran sadar yang dimiliki oleh manusia. Pikiran sadar tersebut merupakan tingkat kesiagaan individu terhadap stimulus eksternal maupun internal.

Sedangkan Chaplin (dalam Sulastomo dan Tatiyani, 2018) berpendapat bahwa kontrol diri merupakan kemampuan untuk membimbing tingkah laku sendiri dalam menekan dan merintangikan impuls atau tingkah laku yang bersifat impulsif. Kontrol diri dapat berfungsi sebagai kemampuan untuk menahan perilaku yang dapat merugikan orang lain, dimana mereka memiliki kontrol diri yang baik juga dan akan mengikuti peraturan yang ada. Oleh karena itu, perilaku pembelian

kompulsif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologis tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu tingkat konformitas terhadap kelompok sebaya.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada Hubungan antara Konformitas dengan Pembelian Kompulsif terhadap produk *Skincare Innisfree* pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I?
2. Apakah ada Hubungan antara Kontrol Diri dengan Pembelian Kompulsif terhadap produk *Skincare Innisfree* pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I?
3. Apakah ada Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Pembelian Kompulsif Terhadap Produk *Skincare Innisfree* pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I?

Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan identifikasi masalah dan judul penelitian yang telah dikemukakan, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Hubungan antara Konformitas dengan Pembelian Kompulsif terhadap produk *Skincare Innisfree* pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

2. Untuk mengetahui Hubungan antara Kontrol Diri dengan Pembelian Kompulsif terhadap produk *Skincare Innisfree* pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
3. Untuk mengetahui Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri dengan Pembelian Kompulsif Terhadap Produk *Skincare Innisfree* pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori

Landasan teori digunakan untuk mendukung penelitian yang berkaitan dengan permasalahan dan ruang lingkup pembahasan sebagai landasan dalam penelitian ini.

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori beserta hal-hal terkait permasalahan dalam penelitian ini:

Pembelian Kompulsif

Kristanto (dalam Wulandari, 2018) Perilaku pembelian kompulsif adalah sebuah perilaku keputusan pembelian dimana motif atau keinginan yang mendorong keputusan pembelian atas kategori produk tertentu tak tertahankan lagi atau tidak bisa ditahan oleh emosi orang tersebut dan akan menjadi suatu kebiasaan karena cenderung terjadi berulang-ulang sebagai pemenuhan terhadap kebutuhan emosional yang negatif.

Edwards (dalam Damar Kristanto, 2011), pembelian kompulsif adalah bentuk tidak biasa dari perilaku pembelian dan menghabiskan uang dimana

konsumen yang berperilaku seperti itu memiliki kekuatan besar yang tidak dapat dikontrol untuk melakukan pembelian secara berulang kali pada kategori produk tertentu.

Aspek-aspek pembelian Kompulsif

Edward (dalam Felicia, Elvinawaty, dan Hartini, 2014) Aspek-aspek pembelian kompulsif yaitu:

- a. Tendency to spend
Lebih mengarah kepada kecenderungan individu untuk berbelanja dan membeli secara berlebihan atau yang disebut dengan “periode dalam berbelanja”.
- b. Compulsion / drive to spend
Dorongan yang terdapat dalam diri individu, keasyikan, tindakan kompulsi, dan impulsivitas dalam berbelanja dan pola membeli.
- c. Feeling (joy) about shopping and spending
Individu akan menikmati aktivitas berbelanja dan pembelian yang dilakukan.
- d. Dysfunctional spending
Tingkat disfungsi lingkungan dari individu dan akibat dari perilaku belanja individu yang bersangkutan.
- e. Post-purchased guilt
Perasaan penyesalan dan rasa malu yang dialami setelah individu melakukan pembelian secara berlebihan.

Faktor yang mempengaruhi pembelian Kompulsif

Robert (dalam Soliha, 2010) Mengemukakan bahwa terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi pembelian kompulsif yaitu:

- a. Faktor keluarga. Perilaku kompulsif dipengaruhi oleh perilaku dari anggota keluarga yang lain.
- b. Faktor psikologis seperti penghargaan diri, status sosial yang dipersepsikan, fantasi dan lain-lain.
- c. Faktor sosiologis seperti tayangan televisi, teman sebaya, frekuensi berbelanja, serta kemudahan mengakses dan menggunakan kartu kredit pada pembelian kompulsif.

Konformitas

Baron dan Byrne (dalam Ekapaksi, 2016) mendefinisikan konformitas sebagai suatu bentuk penyesuaian terhadap kelompok sosial karena adanya tuntutan dari kelompok sosial untuk menyesuaikan, meskipun tuntutan tersebut tidak terbuka.

Menurut Cialdini dan Goldstein (dalam Rahmayanthi Z, 2017) konformitas terjadi ketika seseorang merubah perilaku atau sikap agar menyerupai perilaku atau sikap suatu kelompok tertentu.

Aspek-aspek Konformitas

Sears (dalam Damayanti, Sovitriana, 2018) mengemukakan secara eksplisit bahwa konformitas remaja ditandai dengan adanya tiga hal sebagai berikut:

- a. Kekompakan Kekuatan yang dimiliki kelompok acuan menyebabkan remaja tertarik dan ingin tetap menjadi anggota kelompok. Eratnya hubungan remaja dengan kelompok acuan disebabkan perasaan suka antara anggota kelompok serta harapan

memperoleh manfaat dari keanggotaannya.

- b. Kesepakatan Pendapat kelompok acuan yang sudah dibuat memiliki tekanan kuat sehingga remaja harus loyal dan menyesuaikan pendapatnya dengan pendapat kelompok.
- c. Ketaatan Tekanan atau tuntutan kelompok acuan pada remaja membuatnya rela melakukan tindakan walaupun remaja tidak menginginkannya. Bila ketaatannya tinggi maka konformitasnya akan tinggi juga.

Kontrol Diri

Averill (dalam Marsela, Supriatna, 2019) kontrol diri adalah kemampuan individu untuk memodifikasi perilaku, kemampuan individu dalam mengelola informasi yang diinginkan dan yang tidak diinginkan, dan kemampuan individu untuk memilih salah satu tindakan berdasarkan sesuatu yang diyakini.

Tangney, Baumeister & Boone (dalam Marsela, Supriatna, 2019) kontrol diri merupakan kemampuan individu untuk menentukan perilakunya berdasarkan standar tertentu seperti moral, nilai dan aturan dimasyarakat agar mengarah pada perilaku positif.

Aspek- aspek Kontrol Diri

Averill (dalam Harahap, 2017) kontrol diri dibagi atas tiga aspek, yaitu:

1. Kontrol Perilaku (Behavior Control)
Kemampuan untuk memodifikasi suatu keadaan yang tidak menyenangkan, kemampuan untuk mengontrol perilaku dan

kemampuan menentukan siapa yang mengendalikan situasi.

2. Kontrol Kognitif (Cognitive Control)
kemampuan individu untuk mengolah informasi yang tidak diinginkan dengan cara menginterpretasi, menilai untuk memadukan suatu kejadian dalam suatu kerangka kognitif sebagai adaptasi psikologi atau mengurangi tekanan.
3. Kontrol Pengambilan Keputusan (Decisional Control)
Kemampuan untuk memilih suatu tindakan berdasarkan suatu yang diyakini atau disetujui. Kontrol pribadi dalam menentukan pilihan akan berfungsi baik dengan adanya suatu kesempatan, kebebasan atau kemungkinan pada diri individu untuk memilih beberapa hal yang saling memberatkan, maka aspek yang diukur adalah kemampuan mengontrol perilaku dan kemampuan mengambil keputusan.

Hipotesis

Berdasarkan konsep teori yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

Ha1 : Ada Hubungan antara Konformitas dengan Pembelian Kompulsif terhadap produk *Skincare Innisfree* pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Ha2 : Ada Hubungan antara Kontrol Diri dengan Pembelian Kompulsif terhadap produk *Skincare Innisfree* pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Ha3 : Ada Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Pembelian Kompulsif Terhadap Produk *Skincare Innisfree* pada Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I

METODOLOGI

Definisi Operasional

1. Pembelian Kompulsif

Dioperasionalkan melalui skor skala pembelian kompulsif yang terdiri dari *Tendency to spend* (kecenderungan untuk menghabiskan), *Compulsion or drive to spend* (paksaan atau dorongan untuk menghabiskan), *Feeling (joy) about shopping and spending* (merasa senang tentang belanja dan mengenai pengeluaran), *Dysfunctional spending* (pengeluaran disfungsiional).

2. Konformitas

Dioperasionalkan melalui skor skala konformitas yang terdiri dari Kekompakan, Kesepakatan dan Ketaatan.

3. Kontrol Diri

Dioperasionalkan melalui skor skala kontrol diri yang terdiri dari kontrol perilaku (*behavior control*), kognitif (*cognitive*), kontrol pengambilan keputusan (*decisional control*).

Subjek Penelitian

Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan pada penelitian ini adalah di dasarkan pada teknik *Non-probability sampling* dengan jenis

purposive sampling dengan 156 Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Indonesia Y.A.I.

Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian adalah skala yang bersifat mendukung (*favourable*) dan yang tidak mendukung (*unfavourable*). Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *model Likert*.

Metode Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu *Bivariate Correlation, Multivariate Correlation*. Pengolahan data menggunakan program SPSS *versi 22.0 for windows*.

Karakteristik populasi dan sampel penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini yaitu Mahasiswi Psikologi Angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I

Teknik *Non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2021) *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Selanjutnya, Sugiyono (2021) mendefinisikan *purposive sampling* sebagai teknik penentuan sampel dengan

pertimbangan tertentu. Melalui teknik tersebut, maka membantu peneliti menentukan pengambilan sampel dengan cara menentukan ciri-ciri khusus yang sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian.

Berikut kriteria yang dibutuhkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I Angkatan 2018
2. Menggunakan produk *skincare innisfree*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada pengujian hipotesis pertama dengan menggunakan korelasi bivariat antara konformitas dengan pembelian kompulsif diperoleh nilai korelasi $r = 0,222$ $p = 0,005 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif. Oleh karena itu H_0 yang berbunyi, “Tidak ada hubungan antara konformitas dengan pembelian kompulsif terhadap produk *skincare Innisfree* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I Angkatan 2018”, ditolak. Sedangkan H_1 “Ada hubungan antara konformitas dengan pembelian kompulsif terhadap produk *skincare Innisfree* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I Angkatan 2018”, diterima.

Pada pengujian hipotesis kedua dengan menggunakan korelasi bivariat antara variabel kontrol diri dengan pembelian kompulsif diperoleh korelasi $r = 0.378$ $p = 0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif. Oleh

karena itu H_01 “Tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan pembelian kompulsif produk *skincare Innisfree* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I Angkatan 2018”, ditolak. Sedangkan H_11 “Ada hubungan antara kontrol diri dengan pembelian kompulsif produk *skincare Innisfree* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I Angkatan 2018”, diterima.

Pengujian hipotesa ketiga dengan menggunakan korelasi multivariat antara variabel konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif diperoleh korelasi $R = 0,461$ dan $R^2 = 0,213$ dengan $p = 0,000$ ($p < 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan. Oleh karena itu H_03 “Tidak ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif terhadap produk *skincare Innisfree* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I Angkatan 2018”, ditolak. Sedangkan H_33 “Ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif terhadap produk *skincare Innisfree* pada Mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I Angkatan 2018”, diterima.

Hasil konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif berdasarkan uji metode stepwise, diperoleh skala konformitas pada pembelian kompulsif sebesar 14,3% dengan hasil R^2 sebesar 0,143. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi konformitas pada pembelian kompulsif dominan dibandingkan dengan kontribusi

kontrol diri. Variabel kontrol diri berkontribusi sebesar 7%.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan terhadap 156 responden, diperoleh hasil perhitungan dengan menggunakan metode analisis data Bivariate Correlation dengan koefisien korelasi antara konformitas dengan pembelian kompulsif $r = 0,222$ dan $p = 0,005$. Hal ini menunjukkan hubungan antara konformitas dengan pembelian kompulsif dengan hubungan kearah positif. Sehingga dapat disimpulkan, semakin tinggi konformitas pada mahasiswi fakultas psikologi universitas persada Indonesia Y.A.I semakin tinggi pula pembelian kompulsif. Begitu juga sebaliknya, semakin rendah konformitas pada mahasiswi fakultas psikologi universitas persada Indonesia Y.A.I semakin rendah pula pembelian kompulsifnya. Sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Septiadi Wirawan (2012). Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dibuat kesimpulan bahwa ada hubungan positif antara konformitas dengan pembelian kompulsif. Pengaruh teman sebaya merupakan bentuk dari konformitas teman sebaya yang menjadi salah satu faktor yang menyebabkan individu melakukan pembelian kompulsif.

Pada hasil analisis kedua dengan menggunakan metode analisis data *bivariate correlations* dengan koefisien korelasi antara variabel kontrol diri dengan pembelian kompulsif $r = 0,378$ dan $p = 0,000$. Hal ini menunjukkan tidak ada hubungan kearah negatif artinya semakin baik kontrol diri maka semakin rendah

pembelian kompulsifnya terhadap produk *skin care Innisfree* pada mahasiswi yang dapat dilihat dari mean pembelian kompulsif pada kategori rendah dan mean kontrol diri pada kategori sedang. sebaliknya semakin rendah kontrol diri maka semakin tinggi pembelian kompulsif terhadap produk *skin care Innisfree* pada mahasiswi.

Pada hasil analisis ketiga dengan menggunakan metode analisis data *multivariate correlations* antara konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif $R=0,461$ dan $R\text{ square}=0,213$. Hal ini menunjukkan ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif terhadap produk *skincare Innisfree* pada mahasiswi psikologi angkatan 2018 di Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Artinya semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi pula pembelian kompulsifnya terhadap produk *skin care Innisfree* pada mahasiswi, dan semakin baik kontrol diri maka semakin rendah pembelian kompulsifnya terhadap produk *skin care Innisfree* pada mahasiswi.

KESIMPULAN

1. Terdapat hubungan positif antara konformitas dengan pembelian kompulsif pada mahasiswi fakultas psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.
2. Tidak ada hubungan ke arah negatif antara kontrol diri dengan pembelian kompulsif pada mahasiswi fakultas psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

3. Terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan pembelian kompulsif pada mahasiswi fakultas psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I.

DAFTAR PUSTAKA

- Damayanti, R. S., & Sovitriana, R. (2018). Konformitas dan Kematangan Emosi Dengan Perilaku Agresi pada Siswa Kelas IX SMK X Jakarta di Jakarta Timur. *Jurnal Psikologi*, 1-11.
- Ekapaksi, N. (2016). Pengaruh Konformitas dan Harga Diri Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Aitem Fashion. *Jurnal Psikoborneo Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda, Vol. 4, No 3*, 370-375.
- Felicia, F., Elvinawaty, R., & Hartini, S. (2014). Kecenderungan Pembelian Kompulsif: Peran Perfeksionisme dan Gaya Hidup Hedonistic. *Jurnal Pemikiran & Penelitian Psikologi, Vol. 9, No. 3*, 103-112.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa di Genuk Indah Semarang.

- Jurnal Psikologi Undip, Vol.12 No.1, 55-68.*
- Harahap, J. y. (2017). Hubungan Antara Kontrol Diri dengan Ketergantungan Internet di Pustaka Digital Perpustakaan Daerah Medan. *Jurnal Edukasi Bimbingan Konseling, Vol. 3 No. 2, 131-145.*
- Kristanto, D. (2011). Pengaruh Orientasi Fashion, Money Attitude dan Self-Esteem Terhadap Perilaku Pembelian Kompulsif Pada Remaja. *Jurnal Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya.*
- Marsela, R. D., & Supriatna, M. (2019). Kontrol Diri: Definisi dan Faktor. *Journal of Innovative Counseling : Theory, Practice & Research, 65-69.*
- Maskhuroh, S., & Renanita, T. (2018). Pembelian Kompulsif Ditinjau dari Kontrol Diri pada Guru. *Jurnal Ilmu Perilaku Fakultas Psikologi Universitas Ciputra Surabaya, Vol. 2, Nomor 1, 15-24.*
- Soliha, E. (2010). Pengaruh Self-Acceptance Importance, Affiliation Importance, dan Community Feeling Terhadap Imporatnce Terhadap Compulsive Buying. *Jurnal Siasat Bisnis, Vol. 14 No. 1, 19-26.*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Tatiani, N. S. (2021). Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Universitas Paramadina Jurusan Hubungan Internasional Angkatan 2018 di Jakarta. *Jurnal Psikologi, 1-15.*
- Z, R. R. (2017). Konformitas Teman Sebaya dalam Perspektif Multikultural. *Journal of Multicultural Studies in Guidance and Counseling, Vol. 1, No. 1, 71-82.*