

Hubungan antara Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif terhadap Produk Kosmetik *Lipstick Maybelline*

Caesarani Dewinda¹ dan Tanti Susilarini²

Fakultas Psikologi, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, Jl. Pangeran Diponegoro, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10430

caesaranidewinda14@gmail.com dan Tanti.gestalt@gmail.com

Abstract

The purpose of this study was to examine the relationship between conformity and self-control with consumptive behavior towards Maybelline lipstick cosmetic products in students of the Faculty of Psychology at Persada Indonesia University YAI. In this study, consumptive behavior is the dependent variable, conformity is the independent variable 1, and self-control is the independent variable 2. The population in this study were 123 students of the psychology faculty at the Persada Indonesia University YAI. The sampling method of this research used snowball sampling technique and the sample used was 90 female students. The reliability of the consumptive behavior scale was 0.867 with 23 valid items from 32 items, the conformity scale reliability was 0.752 with 23 valid items from 28 items, the self-control reliability was 0.794 with 17 valid items from 24 items. Based on the results of data analysis using bivariate correlation between conformity variables and consumptive behavior, it was obtained $r = 0.626$ and $p = 0.000$, which means that there is a significant positive relationship between conformity variables and consumptive behavior. The results of data analysis between self-control variables and consumptive behavior obtained a correlation coefficient of $r = -0.338$ and $p = 0.000$, which means that there is a significant negative relationship between self-control variables and consumptive behavior. The multivariate correlation in the regression test shows that the coefficient of determination R square is 0.453 and based on multivariate correlation regression, the correlation coefficient is $R = 0.673$ and $p = 0.000$, which means that there is a significant relationship between conformity and self-control with consumptive behavior.

Keywords: consumptive behavior, conformity, self-control

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik *lipstick Maybelline* pada mahasiswi Fakultas Psikologi di Universitas Persada Indonesia Y.A.I. Pada penelitian ini perilaku konsumtif merupakan variabel terikat, konformitas merupakan variabel bebas 1, dan kontrol diri merupakan variabel bebas 2. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswi fakultas psikologi Universitas Persada Indonesia Y.A.I berjumlah 123 mahasiswi. Metode pengambilan sampel penelitian ini menggunakan teknik *snowball sampling* dan sampel yang digunakan berjumlah 90 mahasiswi. Reliabilitas skala perilaku konsumtif sebesar 0.867 dengan 23 item valid dari 32 item, reliabilitas skala konformitas 0.752 dengan 23 item valid dari 28 item, reliabilitas kontrol diri sebesar 0.794 dengan 17 aitem valid dari 24 item. Berdasarkan hasil analisis data menggunakan korelasi bivariat antara variabel konformitas dan perilaku konsumtif diperoleh $r = 0,626$ dan $p = 0,000$ yang berarti ada hubungan yang signifikan ke arah positif antara variabel konformitas dengan perilaku konsumtif. Hasil analisis data antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar $r = -0,338$ dan $p = 0,000$ yang berarti ada hubungan yang signifikan ke arah negatif antara variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Korelasi multivariat pada uji regresi diketahui koefisien determinasi R square sebesar 0,453 dan berdasarkan regresi korelasi multivariat diperoleh nilai koefisien korelasi $R = 0,673$ dan $p = 0,000$ yang berarti ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi konformitas pada kontrol diri lebih dominan dibandingkan dengan kontribusi kontrol diri.

Kata kunci : perilaku konsumtif, konformitas, kontrol diri

PENDAHULUAN

Kecantikan merupakan salah satu kebutuhan wanita yang selalu ingin dipenuhi. Kebutuhan untuk tampil menarik membuat mahasiswi memerlukan beberapa kosmetik. Kosmetik lipstick merupakan produk yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar wanita akan kecantikan sekaligus seringkali menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di mata masyarakat (Fabricant & Gould dalam Wardani & Hastjarja, 2013).

Kebutuhan yang terus menerus dan tidak merasa puas akan berdampak pada mengonsumsi sesuatu secara berlebihan yang menjadi perilaku konsumtif. Munculnya perilaku konsumtif pada mahasiswi disebabkan oleh rentannya mahasiswi untuk terpengaruh promosi-promosi produk dan jasa melalui media maupun secara langsung (Gumulya & Widiastuti, 2013). Kemajuan teknologi dibidang kosmetik pun mulai tampak dengan banyaknya produk kosmetik yang berada dipasaran, selain itu kosmetik yang ditawarkan pun ada berbagai macam jenisnya salah satunya adalah lipstick.

Menurut Dona (2013) kosmetik menjadi salah satu kebutuhan bagi mahasiswi. Kebanyakan dari mahasiswi, gemar mengeluarkan uang lebih demi membeli perlengkapan make up, mulai dari bedak, lipstick, body lotion, hingga masker. Kosmetik lipstick yang sebenarnya merupakan barang sekunder pun menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan para wanita. Oleh karena itu, sebagian besar dari mahasiswi psikologi Universitas Persada Indonesia YAI rela mengeluarkan uang lebih demi membeli berbagai perlengkapan kosmetik lipstick dan salah satunya yaitu lipstick merek Maybelline. Apalagi mahasiswi yang memiliki orangtua dengan status ekonomi kuat, sering menjadi

konsumtif ketika lingkungan kampus terdapat keanekaragaman sosial dan budaya untuk bersosialisasi sehingga mampu terpengaruh oleh perubahan dalam penampilan. Keinginan untuk tampil cantik dan menarik yang diduga mendorong mahasiswi untuk mengonsumsi produk kecantikan. Perilaku konsumtif yang berkembang di kalangan mahasiswi ini perlu diperhatikan karena sebagian besar mahasiswi belum memiliki penghasilan sendiri dan masih bergantung pada orangtua, sedangkan gaya hidup konsumtif harus didukung oleh kemampuan finansial yang memadai.

Berdasarkan hasil survei singkat Mahasiswi psikologi di universitas persada YAI yang menyukai kosmetik terutama lipstick menyebabkan mereka membeli tanpa melihat manfaat dari barang yang digunakan atau dibeli. Oleh karena itu, Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan mahasiswi untuk melakukan konsumsi tiada batas, membeli produk lipstick yang berlebihan atau secara tidak terencana. Pada banyak kasus, perilaku konsumtif ini tidak berdasarkan pada kebutuhan, tetapi didorong oleh hasrat dan keinginan.

TINJAUAN PUSTAKA

Erich Fromm (dalam Suminar & Meiyuntari, 2015) perilaku konsumtif sebagai keinginan yang terus meningkat untuk mendapatkan kepuasan dalam hal kepemilikan barang dan jasa tanpa memperdulikan kegunaan, hanya berdasarkan keinginan untuk membeli yang lebih baru, lebih banyak dan lebih bagus dengan tujuan untuk menunjukkan status, *prestige*, kekayaan, keistimewaan dan sesuatu yang mencolok. Sejalan dengan itu Haryani & Herwanto (2015) perilaku konsumtif adalah kecenderungan manusia untuk melakukan konsumsi tiada batas, tidak lebih jarang manusia

mementingkan faktor emosi dibandingkan faktor rasionalnya atau lebih mementingkan keinginan dari pada kebutuhan.

Kotler (dalam Haryani & Herwanto, 2015) terdapat faktor– faktor yang dapat memengaruhi Perilaku Konsumtif, yaitu faktor sosial, faktor pribadi, faktor internal, faktor eksternal. Faktor sosial dapat dikatakan dalam faktor ini adalah konformitas teman sebaya. Faktor pribadi meliputi keadaan bawaan psikologis individu. Faktor internal sama seperti faktor pribadi yaitu adanya bawaan psikologis individu dan faktor eksternal meliputi keadaan sosial individu.

Karakteristik perilaku konsumtif menurut Sumartono (dalam Fitriyani, Widodo, Fauziah, 2013) yaitu membeli produk karena iming-iming hadiah, membeli produk karena kemasannya menarik, membeli produk demi menjaga penampilan gengsi, membeli produk berdasarkan pertimbangan harga (bukan atas dasar manfaat), membeli produk hanya sekedar menjaga simbol atau status, memakai produk karena unsur konformitas terhadap model yang mengiklankan produk, munculnya penilaian bahwa membeli produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya dirinya, keinginan mencoba lebih dari dua produk sejenis yang berbeda.

Menurut Lina dan Rosyid (dalam Haryani & Herwanto, 2015) perilaku konsumtif memiliki beberapa aspek, diantaranya yaitu pembelian impulsive, pemborosan, mencari kesenangan.

Salah satu faktor yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah konformitas seperti yang dikemukakan oleh Kotler. Myers (2012), bahwa konformitas adalah perubahan dalam perilaku atau belief sebagai hasil dari tekanan kelompok yang

nyata atau hanya berdasarkan imajinasi dan Kecenderungan untuk mengubah keyakinan dan perilaku agar selaras dengan orang lain disebut konformitas.

Menurut Taylor, dkk (2012) konformitas adalah tindakan secara sukarela yang dilakukan individu, karena orang lain juga melakukannya. Sikap konform terjadi karena ajakan teman, atau tertarik untuk membeli produk kosmetik. Konformitas adalah bentuk pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan/atau perilakunya untuk mengikuti norma atau kelompok sosial (Shiraev, 2012). Didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh wardhani (2009) bahwa keinginan untuk disukai orang lain atau takut terhadap penolakan, menyebabkan mahasiswi cenderung mengkonsumsi apa yang dikonsumsi oleh kelompoknya yaitu dengan cara menggunakan produk kosmetik, karena bagi mahasiswi psikologi UPI YAI penampilan merupakan hal utama dalam pergaulan untuk bisa diterima dan menjadi bagian kelompok.

Menurut Myers (2012) konformitas terbagi menjadi tiga jenis, yaitu penyesuaian, kepatuhan, dan penerimaan. Oleh karena itu, pemenuhan dalam konformitas ini pada dasarnya di luar mengikuti apa yang dilakukan kelompok namun, di dalam hati tidak menyetujui hal tersebut yang biasa disebut dengan kepatuhan. Sedangkan, penerimaan yaitu menyakini dan juga melakukan sesuai dengan yang diinginkan tekanan sosial.

Konformitas adalah penyesuaian perilaku atau penyesuaian diri yang sesuai dengan norma-norma kelompok atau sosial yang dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok. singkatnya konformitas adalah perilaku ikut-ikutan untuk berbelanja produk kosmetik lipstick Maybelline.

Menurut Sears (dalam Ramadhani, 2016) terdapat 3 aspek konformitas yaitu pertama kekompakan yang dibagi menjadi dua komponen yaitu penyesuaian diri dan perhatian terhadap kelompok, lalu aspek yang kedua adalah kesepakatan yang dibagi menjadi tiga komponen yaitu kepercayaan, persamaan pendapat, dan penyimpangan terhadap pendapat kelompok, dan aspek yang ketiga adalah ketaatan yang dibagi menjadi dua komponen yaitu tekanan karna ganjaran, ancaman, hukuman, dan harapan orang lain.

Gufon dan Risnawati (2010) kontrol diri adalah berkaitan dengan bagaimana individu mengendalikan emosi serta dorongan-dorongan dalam dirinya. Kontrol diri merupakan satu potensi yang dapat dikembangkan dan digunakan individu selama proses-proses dalam kehidupan, termasuk dalam menghadapi kondisi yang terdapat di lingkungan sekitarnya (Hurlock, 2004). Mahasiswa yang mampu mengontrol perilaku diharapkan akan mampu mengendalikan perilakunya dalam berperilaku konsumtif.

Averill (dalam Ghufon, & Risnawati, 2011) terdapat tiga aspek kontrol diri, yaitu aspek individu yang memiliki Kontrol diri diantaranya yaitu kontrol perilaku (*behavior control*), kontrol kognitif (*cognitive control*), mengontrol keputusan (*decesional control*).

Baron dan Bryne (dalam Haryani & Herwanto, 2015) bahwa alasan individu melakukan konformitas adalah agar disukai oleh orang lain atau paling tidak untuk menghindari penolakan dari mereka dan hal ini pula dapat menyebabkan mahasiswa berperilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Artledia (dalam Haryani & Herwanto, 2015) bahwa salah satu faktor psikologis yang berperan dalam pembentukan

perilaku membeli adalah tingkat konformitas. Semakin konform mahasiswa terhadap kelompoknya, maka semakin mudah terpengaruh berperilaku konsumtif. Oleh karena itu, konformitas adalah pengaruh kelompok untuk berperilaku konsumtif untuk membeli sebuah produk kosmetik tanpa berpikir rasional.

Dengan demikian dapat dihipotesiskan, ada hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif dapat ditekan dan bahkan dihindari apabila mahasiswa memiliki sistem pengendalian internal pada dirinya yang disebut kontrol diri.

Bagi mahasiswa yang memiliki kontrol diri yang tinggi akan mampu mengendalikan perilakunya sehingga tidak mudah terpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Heni (2013) bahwa setiap individu memiliki suatu mekanisme yang dapat membantu mengatur perilaku, khususnya mahasiswa. Mereka harus mampu menyikapi budaya konsumtif yang semakin berkembang. Hal ini berarti bahwa mereka dituntut untuk mampu mengerem agar hawa nafsu dan perilakunya tersebut dapat diatasi. Sehingga perilaku konsumtif yang sudah menjamur dikalangan mahasiswa sekarang dapat diminimalisasi.

Dengan demikian dapat dihipotesiskan, ada hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif.

METODOLOGI

1. Metodologi Penelitian

Dalam penelitian menggunakan tiga variabel perilaku konsumtif, konformitas, kontrol diri. Populasi yang jumlah 123 mahasiswa lalu diambil sample 90 siswa. Pengumpulan data menggunakan skala likert dan Teknik pengambilan sample menggunakan

snowball sampling. Hasil uji validitas perilaku konsumtif 23 item valid dan 9 item gugur, konformitas 23 item valid dan 5 item gugur serta kontrol diri 17 item valid dan 7 item gugur.

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian diperoleh hasil (r) sebesar (r) sebesar 0,626 dan $p = 0,000 < 0,05$. Maka hipotesis nihil (H_01) yang berbunyi, “Tidak ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik lipstick maybelline pada mahasiswi fakultas psikologi tahun 2016 di UPI YAI”, ditolak. Sedangkan hipotesis alternatif (H_{a1}) yang berbunyi, “ada hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik lipstick maybelline pada mahasiswi fakultas psikologi tahun 2016 di UPI YAI”, diterima. Hasil analisis (r) sebesar -0,338 dan $p = 0,000 < 0,05$. Maka hipotesis nihil (H_02) yang berbunyi, “Tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik lipstick maybelline pada mahasiswi fakultas psikologi tahun 2016 di UPI YAI”, ditolak. Sedangkan hipotesis alternatif (H_02) yang berbunyi, “ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik lipstick maybelline pada mahasiswi fakultas psikologi tahun 2016 di UPI YAI”, diterima. Hasil penelitian diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,673 dan $p = 0,000 < 0,05$. Maka hipotesis nihil (H_03) yang berbunyi, “Tidak ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik lipstick maybelline pada mahasiswi fakultas psikologi tahun 2016 di UPI YAI”, ditolak. Sedangkan hipotesis alternatif (H_03) yang berbunyi, “ada hubungan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap

produk kosmetik lipstick maybelline pada mahasiswi fakultas psikologi tahun 2016 di UPI YAI”, diterima.

KESIMPULAN

Mengacu pada hasil analisis data yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Ada hubungan yang signifikan dengan arah positif antara konformitas dan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik lipstick Maybelline pada mahasiswi fakultas psikologi di UPI YAI.
2. Ada hubungan yang signifikan dengan arah negatif antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik lipstick Maybelline pada mahasiswi fakultas psikologi tahun 2016 di UPI YAI.
3. Ada hubungan yang signifikan antara konformitas dan kontrol diri dengan perilaku konsumtif terhadap produk kosmetik lipstick Maybelline pada mahasiswi fakultas psikologi tahun 2016 di UPI YAI.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggreini, R., & Mariyanti, S. (2014). Hubungan antara Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Universitas Esa Unggul. *Jurnal psikologi*, Vol.12 No.1
- Anjani Sokalia, P., Astiti Puri, D. (2020). Hubungan Kontrol Diri dan Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (*anime*) di Denpasar. *Jurnal psikologi Udayana*.
- Artledia, Sitohang. (2009).

- Hubungan antara Konformitas terhadap kelompok Teman Sebaya dengan Pembelian Implusif pada remaja. Skripsi. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro
- Asri, A. (2012). Pengaruh Kepercayaan Diri terhadap Perilaku Konsumtif pada siswa kelas XI SMA Negeri 1 Babelan. *Jurnal penelitian dan pengukuran psikologi* Vol.1 No.1.
- Baron, R.A., dan Byrne, D. (2005). *Psikologi sosial* jilid 2. Edisi kesepuluh. Alih Bahasa: Ratna Djuwita. Jakarta: Erlangga
- Fitriyani, N., Widodo B, W., Fuaziah, N. (2013). Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa di genuk indah Semarang. *Jurnal psikologi Undip* Vol.12 No.1.
- Gufron, M. 2011. *Teori teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-ruzz Media
- Haryani,I., & Herwanto. (2015). Hubungan konformitas dan kontrol diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswa. *Jurnal Psikologi*, Vol.11 No.1.
- Kuncono. 2016. *Aplikasi Komputer Psikologi*. Jakarta: Diktat Kuliah dan Panduan Praktikum
- Myers, G D. (2012). *Psikologi sosial* buku 1. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Salemba Humanika.
- Ramadhani, A. (2016). Hubungan konformitas dengan prokrastinasi dalam menyelesaikan skripsi pada mahasiswa tingkat akhir yang tidak bekerja di fakultas ilmu sosial dan ilmu politik univesitas mulawarman samarinda. *Psikoborneo*.
- Suminar, E., Meiyuntari, T. (2015) Konsep diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona, jurnal Psikologi Indonesia* Vol.4 No.02
- Sugiyono (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Yuliantari Indah, M., Herdiyanto Kartika Y. (2015). Hubungan Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif pada remaja putri di kota Denpasar. *Jurnal Psikologi Udayana*, Vol.2 No.1.