

Hubungan Konformitas dan Perilaku Konsumtif Remaja Pada *Coffee Shop* di Jalan Kavling DPR Sidoarjo

Oleh:

Herningtyas Wahyu Regita

Ramon Ananda Paryontri

Psikologi

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Agustus, 2023



Pendahuluan

Semakin banyaknya kebutuhan manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (*lifestyle*) [1]. Salah satunya yaitu gaya hidup kemudahan dalam hal berbelanja. Hal ini tidak menutup kemungkinan menjadi pola hidup konsumtif. Tingkat aktifitas cukup tinggi dan terjadinya perubahan pada faktor budaya membuat masyarakat yang saat ini tinggal di perkotaan mengalami kepenatan dalam menjalankan aktifitasnya. Sehingga, nongkrong sambil ngopi-ngopi santai merupakan salah satu rutinitas ringan untuk mengusir kepenatan di jeda kehidupan sehari-hari [2].

Jalan Kavling DPR Sidoarjo merupakan komplek yang terkenal dengan *coffee shop* dengan berbagai konsep yang menarik masyarakat terutama bagi para remaja. Kemunculan *coffee shop* ini juga berdampak pada perilaku konsumtif. Mereka berperilaku konsumtif karena dorongan emosionalnya. Selain itu ada beberapa faktor dari luar atau eksternal yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif pada remaja yaitu faktor kelas sosial, faktor kebudayaan, faktor referensi dan keluarga, serta faktor kelompok sosial [3].

Pada survei awal penelitian, peneliti mewawancarai remaja yang berada di *coffee shop* di Jalan Kavling DPR Sidoarjo. Ia mengungkapkan bahwa untuk membeli minum dan makanan di *coffee shop* terkadang harus mengorbankan uang jajan mereka. Selain itu mengunjungi *coffee shop* sebagai media aktualisasi diri agar mendapatkan pengakuan sosial atas dirinya sebagai individu yang eksis/gaul. Dalam seminggu mereka bisa mengunjungi 3-4 *coffee shop* dan dalam sekali berkunjung mereka bisa membeli makanan/minuman sebanyak 2-3 kali. Mereka nongkrong ditempat yang kekinian supaya bisa diterima dan terlihat keren dengan kelompok sosialnya. Mereka sering menjadi tempat pemasarannya karena karakternya yang spesifik, labil, serta mudah dipengaruhi, yang akhirnya membuat mereka berperilaku membeli dengan cara yang sudah tidak wajar atau disebut perilaku konsumtif [4].

Berdasarkan pemaparan diatas maka penelitian ini akan membahas mengenai Hubungan Konformitas dan Perilaku Konsumtif Remaja pada *coffee shop* di Jalan Kavling DPR Sidoarjo

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

Apakah terdapat hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif remaja pada *coffee shop* di Jalan Kavling DPR Sidoarjo?

Metode



Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif dengan metode penelitian korelasi



Populasi & Sampel

Populasi merupakan 1000 pengunjung yg diambil rata-rata yang berkunjung di *coffee shop* Jalan Kavling DPR Sidoarjo dan sampel yaitu 91 remaja yang dibulatkan menjadi 100 remaja ditentukan dengan rumus Slovin taraf kesalahan 10%



Teknik Pengumpulan Data

- Skala Konformitas (Aprilita 2021)
- Skala Perilaku Konsumtif (Aprilita 2021)



Teknik Analisis Data

Menggunakan korelasi product moment

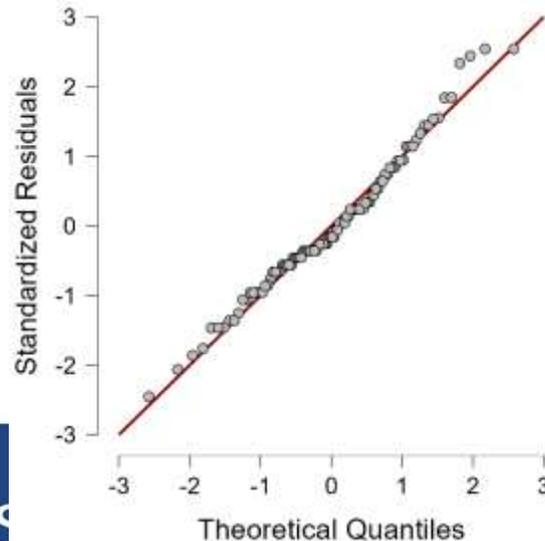
Hasil

A

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
		X	Y
N		100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	50.72	51.35
	Std. Deviation	5.394	4.896
Most Extreme Differences	Absolute	.126	.148
	Positive	.126	.148
	Negative	-.081	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		1.262	1.485
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083	.064

Uji normalitas : dua variabel tersebut mempunyai nilai signifikan sebesar > 0.05 sehingga bisa dikatakan bahwasannya data tersebut berdistribusi normal.

B



Berdasarkan data plot menyatakan bahwa terdapat garis linear yang menghubungkan antara perilaku konsumtif dan konformitas

C

Correlations			
		X	Y
Konformitas	Pearson Correlation	1	.732**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

Uji Korelasi : Nilai $r_{xy} = 0,732$ dan nilai signifikasi $0,000 < 0,05$ dikatakan hipotesis diterima

D

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.732 ^a	.536	.531	3.352

Hasil R Square = 0,536 artinya 53,6% perilaku konsumtif dapat dijelaskan dengan konformitas, sisanya dikarenakan faktor lain

Hasil

Mean		50.72		
SD		5.39374872		
Sangat Tinggi	$x \geq M + 1,5 (SD)$		$x \geq$	58.81
Tinggi	$M + 1 (SD) \leq x < M + 1,5 (SD)$	56.11	$\leq x <$	58.81
Sedang	$M - 1 (SD) \leq x < M + 1 (SD)$	45.33	$\leq x <$	56.11
Rendah	$M - 1,5 (SD) \leq x < M - 1 (SD)$	42.63	$\leq x <$	45.33
Sangat Rendah	$x < M - 1,5 (SD)$		$x <$	42.63
Sangat Tinggi	$X \geq 59$		10	
Tinggi	$56 \leq x < 59$		8	
Sedang	$45 \leq x < 56$		71	
Rendah	$43 \leq x < 45$		11	
Sangat Rendah	$x < 43$		0	

Konformitas

Kategorisasi pengunjung remaja *coffee shop* di Jalan Kavling DPR memiliki tingkat konformitas dan perilaku konsumtif dalam kategori sedang

Mean		51.35		
SD		4.895627816		
Sangat Tinggi	$x \geq M + 1,5 (SD)$		$x \geq$	58.69344
Tinggi	$M + 1 (SD) \leq x < M + 1,5 (SD)$	56.24563	$\leq x <$	58.69344
Sedang	$M - 1 (SD) \leq x < M + 1 (SD)$	46.45437	$\leq x <$	56.24563
Rendah	$M - 1,5 (SD) \leq x < M - 1 (SD)$	44.00656	$\leq x <$	46.45437
Sangat Rendah	$x < M - 1,5 (SD)$		$x <$	44.00656
Sangat Tinggi	$X \geq 59$		10	
Tinggi	$56 \leq x < 59$		4	
Sedang	$46 \leq x < 56$		76	
Rendah	$44 \leq x < 46$		4	
Sangat Rendah	$x < 44$		6	

Perilaku Konsumtif

Kategori	Skor Subjek			
	Konformitas		Perilaku konsumtif	
	\sum Remaja	%	\sum Remaja	%
Sangat Tinggi	10	10%	10	10%
Tinggi	8	8%	4	4%
Sedang	71	71%	76	76%
Rendah	11	11%	4	4%
Sangat rendah	0	0	6	6%
Total	100	100%	100	100%

Pembahasan

Berdasarkan perhitungan korelasi terdapat hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di *coffee shop* Jalan Kavling DPR Sidoarjo. Sehingga hal ini membuktikan bahwa semakin tinggi konformitas remaja maka semakin tinggi pula sikap perilaku konsumtif dan sebaliknya, semakin rendah konformitas remaja maka semakin rendah juga sikap perilaku konsumtifnya.

Hasil ini didukung oleh

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pradipta dan Erin Ratna Kustanti (2021), dengan judul Hubungan Antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Coffee Shop Semarang, yang didapatkan hasil koefisien korelasinya yaitu (r_{xy}) 0,903 dengan taraf signifikan $p = 0,001$ dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa di *coffee shop* [8].

Penelitian yang dilakukan oleh Claudia, D.D & H.Wibowo (2021) terdapat hubungan yang positif pada konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja akhir. Sebagian remaja yang berperilaku konsumtif [12]. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Trisukma, D & Murni (2020) diperoleh hasil, semakin tinggi konformitas pada kelompok maka perilaku konsumtif dari anggota kelompok tersebut akan semakin tinggi pula dan juga sebaliknya [13].

Penelitian ini membuktikan bahwa konformitas mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja sebesar 53,6%. Sedangkan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan menunjukkan hasil koefisien korelasi $r_{xy} = 0,732$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ dapat dinyatakan bahwa hipotesis dari penelitian ini diterima. Semakin tinggi tingkat konformitas yang terjadi pada remaja maka semakin tinggi sikap perilaku konsumtifnya dan juga sebaliknya, semakin rendah tingkat konformitas pada remaja maka semakin rendah juga sikap perilaku konsumtifnya di *coffee shop* Jalan Kavling DPR Sidoarjo Konformitas dapat mempengaruhi perilaku konsumtif remaja dengan R square sebesar 53,6%.

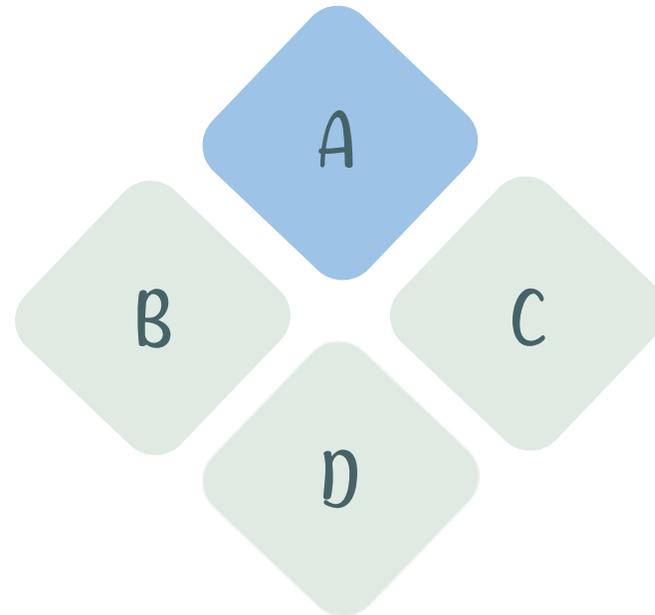
Manfaat Penelitian

Manfaat teoritis

Menambah pengetahuan dan wawasan fenomena sosial

Manfaat Praktis

Menambah wawasan untuk peneliti selanjutnya tentang hasil penelitian dan untuk referensi penelitian selanjutnya.



Manfaat Praktis

Menambah wawasan dan pengetahuan, khususnya bagi orang tua dalam hal memberikan kebebasan pada anak-anaknya.

Manfaat Praktis

Remaja agar mengontrol gaya hidup dan memanfaatkan keberadaan *coffee shop* sebaik mungkin supaya dapat meningkatkan kreativitas dan mendapatkan insiprasi melalui *coffee shop*.

Referensi

- [1] I. Muamanah, “Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda Di Kota Metro,” 2019.
- [2] I. Afifullah, “Lebih Pilih Warkop, 5 Alasan Kenapa Orang Tidak Nongkrong di Kafe,” *IDN Times*, 2022. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/iip-afifullah/alasan-kenapa-orang-tidak-nongkrong-di-kafe-c1c2-1/1> (accessed May 15, 2022).
- [3] A. M. Damayanti, “Hubungan antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif pada Mahasiswi Indekost Mewah di Kecamatan Kartasura,” 2014.
- [4] Sumartono, *Terperangkap dalam Iklan: Meneropong imbas pesan Iklan Televisi*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2002.
- [5] D. A. Faradila, “Hubungan Konsep Diri dan Perilaku Konsumtif Online Shopping Produk Pakaian Pada Mahasiswa,” 2018.
- [6] A. Sears, D.O., Freedman, J.O., Peplau L., *Psikologi Sosial*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama, 2006.
- [7] D. . Myers, *Psikologi Sosial*, Edisi kese. Jakarta: Salemba, 2012.
- [8] Pradipta and E. R. Kustanti, “Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif mahasiswa di coffeeshop Semarang,” *J. Empati*, vol. 10, no. 3, pp. 167–174, 2021.
- [9] Hamdan, “Hubungan antara Konformitas dan Harga Diri dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Putri,” *Psikostudia Univ. Mulawarman*, vol. 2, no. 2, pp. 68–75, 2013.
- [10] N. Gonibala, “Coffee Shop Jadi Tongkrongan Wajib, Positif atau Negatif?,” *Kumparan*, 2022. <https://kumparan.com/nisa-gonibala/coffee-shop-jadi-tongkrongan-wajib-positif-atau-negatif-1xEduGUAKA> (accessed May 15, 2022).

Referensi

- [11] Salendra, “Coffee Shop As Media For Self-Actualization Today’s Youth,” vol. VI, pp. 49–58, 2014.
- [12] D. C. Durandt and D. H. Wibowo, “Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pakaian Pada Remaja Akhir,” vol. 2, no. 2, pp. 1–12, 2021.
- [13] N. Trisukma D and S. Murni A, “Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif (Consumtive Behavior) Pada Mahasiswa : Sebuah Studi Literatur,” pp. 279–282, 2020.
- [14] A. G. Aprilitta, “Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Konsumen Coffee Shop di Kota Medan,” 2021.
- [15] J. W. Santrock, *Remaja, edisi 11 (jilid 1 & 2)*. Jakarta: Penerbit Erlangga, 2017.
- [16] P. S. Anjani and D. P. Astiti, “Hubungan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar animasi Jepang (anime) di Denpasar,” *J. Psikol. Udayana*, pp. 144–155, 2020, [Online]. Available: <https://ojs.unud.ac.id/index.php/psikologi/article/view/57813>.
- [17] D. A. Triningtyas and T. M. Margawati, “Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Online Shopping Pada Remaja,” *J. Kependidikan J. Has. Penelit. dan Kaji. Kepustakaan di Bid. Pendidikan, Pengajaran dan Pembelajaran*, vol. 5, no. 1, p. 16, 2019, doi: 10.33394/jk.v5i1.1388.
- [18] N. L. A. P. Windayanti and D. Supriyadi, “Hubungan antara citra tubuh dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada remaja putri di Universitas Udayana,” *J. Psikol. Udayana*, vol. 6, no. 01, p. 96, 2019, doi: 10.24843/jpu.2019.v06.i01.p10.
- [19] N. Solichah and D. Kusuma D, “Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Fashion Pada Mahasiswa,” *J. Psikol.*, vol. 06, no. 03, pp. 1–8, 2019.
- [20] E. Lestarina, H. Karimah, N. Febrianti, R. Ranny, and D. Herlina, “Perilaku Konsumtif di Kalangan Remaja,” *JRTI (Jurnal Ris. Tindakan Indones.*, vol. 2, no. 2, pp. 1–6, 2017, doi: 10.29210/3003210000.

