

The Relationship Between Conformity and Adolescent Consumptive Behavior at a Coffee Shop on Kavling DPR Street of Sidoarjo **[Hubungan Konformitas dan Perilaku Konsumtif Remaja pada Coffee Shop di Jalan Kavling DPR Sidoarjo]**

Herningtyas Wahyu Regita ¹⁾, Ramon Ananda Paryontri ²⁾

¹⁾Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾Program Studi Psikologi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: ramon.ananda@umsida.ac.id

Abstract. *Conformity is a change in behavior by equating social groups because of the demands of the group to conform. Consumptive behavior is the behavior of buying something not based on need and without careful consideration. This study aims to examine the relationship between conformity and adolescent consumptive behavior on coffee shop on Jalan Kavling DPR Sidoarjo. The population in this study were 1.000 teenagers who visited the coffee shop on Jalan Kavling DPR Sidoarjo, with a sample size of 100 teenagers who were obtained using the slovin formula. The sampling technique used is a sampling incidental.. The data collection method used two psychological scales, namely the conformity scale and the consumptive behavior scale. The data analysis method used is the product moment correlation technique. The results of data analysis show the correlation coefficient (r_{xy}) of 0.732 with a significant level of correlation $p = 0.000$ ($p < 0.05$), which indicates that there is a positive relationship between conformity and adolescent consumptive behavior at the coffee shop Jl. Kavling DPR Sidoarjo. Consumptive behavior can be explained by conformity of 53.6% and the remaining 46.4% is influenced by other factors not measured in the study.*

Keywords – conformity, consumptive behavior, coffee shop

Abstrak. *Konformitas adalah perubahan perilaku dengan menyamakan kelompok sosialnya dikarenakan ada tuntutan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan diri. Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli sesuatu tidak berdasarkan kebutuhan dan tanpa pertimbangan yang matang. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif remaja pada coffee shop di Jalan Kavling DPR Sidoarjo. Populasi pada penelitian ini yaitu 1.000 remaja yang berkunjung ke coffee shop di Jalan Kavling DPR Sidoarjo, dengan jumlah sampel penelitian 100 remaja yang didapatkan melalui rumus slovin. Teknik sampling yang digunakan adalah sampling insidental. Metode pengumpulan data menggunakan dua skala psikologi, yaitu skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Metode analisis data yang digunakan adalah teknik korelasi product moment. Hasil analisis data menunjukkan koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar 0,732 dengan tingkat signifikan korelasi $p = 0,000$ ($p < 0,05$), yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif remaja di coffee shop Jl. Kavling DPR Sidoarjo. Perilaku konsumtif dapat dijelaskan oleh konformitas sebesar 53,6% dan sisa 46,4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diukur di dalam penelitian.*

Kata Kunci – konformitas, perilaku konsumtif, coffee shop

I. PENDAHULUAN

Semakin banyaknya kebutuhan manusia, semakin menuntut pula terjadinya peningkatan gaya hidup (*lifestyle*) [1]. Salah satu *life style* (gaya hidup) baru saat ini yaitu kemudahan dalam berbelanja. Dengan kemudahan tersebut tidak menutup kemungkinan terjadi pola gaya hidup yang mengkhawatirkan yaitu, pola hidup konsumtif. Berperilaku konsumtif dapat dikatakan suatu pemborosan. Hal tersebut tidak menjadi masalah bagi keluarga yang memiliki status ekonomi yang bekecukupan, namun tidak semua remaja berasal dari keluarga yang memiliki tingkat status ekonomi tersebut. Selain perubahan pola hidup konsumtif, saat ini masyarakat juga dihadapkan mengenai masalah kekosongan waktu atau waktu senggang. 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].

Maraknya kemunculan *coffee shop* ini banyak terjadi diberbagai kota tak terkecuali di Sidoarjo. Setelah dilakukan survei dan dari beberapa referensi, Jalan Kavling DPR Sidoarjo merupakan komplek yang terkenal dengan *coffee shop* dengan berbagai konsep yang menarik masyarakat terutama bagi para remaja. Lokasinya yang strategis sehingga area ini mudah untuk diakses. Terdapat kurang lebih 30 *coffee shop* yang bisa menjadi pertimbangan ketika hendak memilih tempat untuk nongkrong.

Kemunculan *coffee shop* ini juga berdampak pada perilaku konsumtif. Mereka berperilaku konsumtif karena dorongan emosionalnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan Damayanti (2014) Perilaku konsumtif terjadi saat seseorang tidak membeli sesuai kebutuhan, tetapi hanya untuk kepuasan ataupun kesenangan belaka, akibatnya

menyebabkan konsumsi dana yang berlebihan. 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].

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif yaitu perilaku yang sudah tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan dikarenakan adanya keinginan yang tidak rasional lagi [4]. Dilanjutkan Faradila (2018) perilaku konsumtif merupakan segala bentuk tindakan atau kegiatan, serta proses psikologis yang terus mendorong seseorang supaya mengkonsumsi barang-barang yang seharusnya kurang diperlukan secara berlebihan dikarenakan ada keinginan yang tidak rasional untuk mencapai kesenangan dan kepuasan yang maksimal [5]. Remaja tersebut ingin memperoleh pengakuan dari lingkungannya dengan berusaha menjadi bagian dari lingkungan sekitarnya tersebut. Sumartono (2002) mengemukakan bahwa aspek perilaku konsumtif ada 3 yaitu pembelian impulsif, pemborosan, dan mencari kesenangan [4].

Pada observasi dan wawancara awal penelitian, peneliti mewawancarai remaja yang berada di *coffee shop* di Jalan Kavling DPR Sidoarjo. Alasan pemilihan tempat di jalan Kavling Sidoarjo ialah karena di sana industri cafe sedang berkembang pesat, hal itu dibuktikan dengan berdirinya puluhan cafe yang bagus dan *instagramable* di sepanjang jalan Kavling Sidoarjo yang menjadi tempat berkumpulnya anak-anak muda Sidoarjo.

Salah satu penyebab remaja berperilaku konsumtif ialah konformitas (Anjani dan Astiti, 2019). (Sears (2009) konformitas yaitu tendensi atau kecenderungan untuk mengubah suatu keyakinan atau perilaku individu supaya sesuai dengan perilaku orang lain [6]. Myers (2012), juga menyatakan bahwasannya konformitas yaitu suatu perubahan dalam perilaku seseorang atau belief sebagai hasil dari tekanan kelompok yang secara nyata atau hanya berdasarkan imajinasi. Konformitas bisa memberikan pengaruh yang kuat terhadap perilaku seseorang [7].

Konformitas terjadi apabila individu mengadopsi sikap atau perilaku orang lain karena merasa didesak oleh orang lain, baik desakan nyata maupun hanya bayangan saja (Santrock, 2007). Sementara itu, Praditpta, et al (2021), mengatakan bahwa nilai-nilai yang diikuti oleh kelompok tersebut yang menjadikan remaja bersikap nakal dan buruk, yaitu nilai-nilai yang bertentangan atau melanggar dengan norma sosial yang ada di masyarakat [8]. Dari hasil penelitian (Hamdan, 2013) pada penelitiannya Konformitas yang terjadi pada remaja biasanya dikarenakan keinginan mereka agar terlibat di dalam dunia teman sebaya atau kelompoknya, sebagai contoh yaitu berpakaian seperti teman-teman yang lain dan keinginan untuk bisa meluangkan waktu dengan anggota kelompoknya [9]. Sears (2009) mengemukakan aspek konformitas ada 3 yaitu peniruan, penyesuaian, dan kepercayaan [6].

Jika perilaku konsumtif yang dimiliki remaja pada *coffee shop* tinggi maka dapat menyebabkan munculnya perilaku hedonisme dan dapat membuat para remaja tersebut lupa akan kewajiban dan juga tugasnya, dengan meng-*upload* status atau foto saat berada di *Coffe Shop* di sosial media, sehingga bisa dilihat oleh banyak orang juga menjadi salah satu bentuk aktualisasi diri bagi mereka [10]. Hal ini terbukti dalam penelitian yang dilakukan oleh Salendra (2014) dalam penelitiannya yang berjudul *Coffee Shop as a Media for Self Actualization Today's Youth* berusaha menunjukkan bahwa media aktualisasi diri pada remaja saat ini yaitu budaya atau *trend* nongkrong di kafe dan kedai kopi [11].

Dari hasil wawancara yang dilakukan, salah satu remaja mengungkapkan bahwa, untuk membeli minum dan makanan di *coffee shop* terkadang harus mengorbankan uang jajan mereka. Mereka senang apabila dianggap eksis/gaul oleh teman-temannya. Mereka juga membohongi orangtua dan mengatakan akan membeli peralatan sekolah semata demi mengikuti standart pergaulan dari teman-temannya.

Banyaknya *coffee shop* yang baru juga mempengaruhi mereka agar ingin cepat-cepat mengunjungi tempat tersebut. Tren untuk mempublikasikan foto dan kegiatan pada media sosial menjadi salah satu pemicu mereka mengunjungi *coffee shop* tersebut. Dalam seminggu mereka bisa mengunjungi 3-4 *coffee shop* dan dalam sekali berkunjung mereka bisa membeli makanan/minuman sebanyak 2-3 kali. 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].

Dari data di atas, dapat dilihat bahwa adanya konformitas teman yang negatif yang membuat munculnya perilaku konsumtif pada remaja. Seperti yang sudah diungkapkan di atas bahwa hal tersebut dilakukan supaya mendapatkan pengakuan sosial atas dirinya sebagai individu yang juga eksis serta gaul. Alasan inilah yang membuat peneliti tertarik untuk meneliti lebih dalam terkait hubungan konformitas dan perilaku konsumtif pada remaja di *coffee shop* di jalan Kavling DPR.

Sebab, menurut penelitian yang dilakukan oleh Pradipta (2021) dalam Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di *Coffee Shop* Semarang menunjukkan perilaku konsumtif pada mahasiswa di *coffee shop* Tembalang Semarang dipengaruhi oleh konformitas sebesar 57,6%. Merasa ingin diterima di lingkungan pergaulannya cenderung membuat para remaja tidak bisa mengontrol diri dan menuruti keinginan kelompok sosialnya, diantaranya nongkrong ditempat yang kekinian supaya bisa diterima dan terlihat keren dengan kelompok sosialnya. Para mahasiswa tersebut belum memprioritaskan kebutuhannya sehingga memunculkan perilaku konsumtif 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].

Berdasarkan pemaparan yang telah diuraikan, maka peneliti akan melakukan penelitian untuk mengetahui hubungan konformitas dan perilaku konsumtif remaja pada *coffee shop* di Jalan Kavling DPR Sidoarjo.

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Populasi dari penelitian ini yaitu konsumen remaja *coffee shop* di Jalan Kavling DPR yang jumlahnya sebanyak 1.000 berdasarkan jumlah rata-rata pengunjung remaja yang diambil pada awal survei. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 91 remaja yang dibulatkan menjadi 100 konsumen remaja *coffee shop* di Jalan Kavling DPR Sidoarjo menggunakan rumus Slovin dengan taraf kesalahan 10%. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *non probability sampling* dan menggunakan teknik sampling, *sampling insidental*, yaitu subjek yang didapat karena bertemu dengan peneliti secara kebetulan dan sesuai dijadikan sumber data.

Teknik pengumpulan data menggunakan skala *likert* yaitu adaptasi dari skala konformitas yang disusun oleh Aprilita (2021), setelah dilakukan uji coba peneliti didapatkan koefisien reliabilitas ($\alpha = 0,748$) dan adaptasi dari skala perilaku konsumtif remaja yang disusun oleh Aprilita (2021), setelah dilakukan uji coba peneliti didapatkan koefisien reliabilitas ($\alpha = 0,823$). Skala konformitas didasarkan pada aspek peniruan, penyesuaian, dan kepercayaan [14]. Dan skala perilaku konsumtif didasarkan pada aspek yang meliputi pemborosan (*wateful buying*), pembelian impulsif (*impulsif buying*), dan mencari kesenangan (*non-rational buying*) [14].

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data korelasi *product moment* guna mengetahui hubungan antara konformitas dan perilaku konsumtif remaja pada *coffee shop* di Jalan Kavling DPR Sidoarjo.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

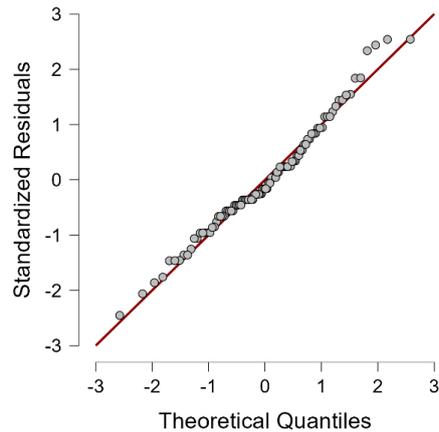
Berdasarkan data yang didapat selanjutnya peneliti melakukan analisis data dengan menggunakan aplikasi SPSS guna menguji apakah hipotesis diterima atau ditolak. Tetapi, sebelum menguji hipotesis, peneliti terlebih dahulu akan melakukan uji asumsi. Uji asumsi yang digunakan adalah uji normalitas dan uji linearitas.

Tabel 1. Uji Normalitas

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
	Absolute	.126	.148
Most Extreme Differences	Positive	.126	.148
	Negative	-.081	-.087
Kolmogorov-Smirnov Z		1.262	1.485
Asymp. Sig. (2-tailed)		.083	.064

a. Test distribution is Normal.

Hasil dari tabel 1 uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menghasilkan variabel X (konformitas) sebanyak 0.083 dan nilai variabel Y (perilaku konsumtif) 0.064 yang artinya dua variabel tersebut mempunyai nilai signifikan sebesar lebih dari 0.05 sehingga bisa dikatakan bahwasannya data tersebut berdistribusi normal.



Gambar 1. Uji Linearitas

Berdasarkan hasil dari gambar 1 uji linieritas pada *Q-Q Plot Standardized Residuals* untuk data perilaku konsumtif dan konformitas menyatakan bahwa terdapat garis linear yang dimana menghubungkan antara perilaku konsumtif dan konformitas.

Tabel 2. Uji Korelasi

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

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan tabel 2 uji korelasi, didapatkan hasil analisis konformitas dengan perilaku konsumtif adalah $(r_{xy}) = .732$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dikarenakan nilai signifikasinya $< 0,05$ jadi, dikatakan hipotesis diterima.

Tabel 3. Sumbangan Efektif

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

a. Predictors: (Constant), Konformitas

b. Dependent Variable: Perilaku Konsumtif

Berdasarkan tabel 3 sumbangan efektif, dinyatakan sumbangan variabel X konformitas terhadap variabel Y perilaku konsumtif pada remaja di *Coffee Shop* Jalan Kavling DPR Sidoarjo sebesar 53,6%. Hasil ini didapatkan R square sebesar $0,536 \times 100\% = 53,6\%$.

Tabel 4. Kategorisasi

Kategori	Skor Subjek			
	Konformitas		Perilaku konsumtif	
	Σ Siswa	%	Σ Siswa	%
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%

Dari tabel 4 tersebut terlihat bahwa pada skala konformitas ada sebanyak 10 remaja yang dinyatakan memiliki konformitas sangat tinggi, sebanyak 8 remaja yang memiliki konformitas tinggi, terdapat 71 remaja yang memiliki konformitas sedang, terdapat 11 remaja yang memiliki konformitas rendah, serta tidak terdapat remaja yang memiliki konformitas sangat rendah.

Pada kategorisasi skala perilaku konsumtif terdapat 10 remaja yang mempunyai sikap perilaku konsumtif sangat tinggi, ada 4 remaja yang mempunyai sikap perilaku konsumtif tinggi, terdapat 76 remaja yang mempunyai perilaku konsumtif sedang, dan juga 4 remaja yang mempunyai tingkat perilaku konsumtif sangat rendah, serta 6 remaja yang memiliki sikap perilaku konsumtif dengan kategori sangat rendah.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa remaja yang berkunjung di *Coffee Shop* di Jalan Kavling DPR Sidoarjo memiliki tingkat konformitas dan perilaku konsumtif dalam kategori sedang atau medium. Hal tersebut hasil dari presentasi jumlah remaja pada tabel diatas.

Pembahasan

Dari penelitian yang telah dilakukan diatas menunjukkan hasil Person Corellations .732 dengan taraf signifikan .000. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis diterima dan terdapat hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja di *coffe 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.

Tingkat konformitas yang tinggi membuktikan jika remaja masih memikirkan cara supaya ia dapat diterima di lingkungan sosialnya. Hal tersebut memiliki keterkaitan bahwa tingginya perilaku konsumtif pada siswa masih dipengaruhi oleh lingkungan sosialnya. Konformitas yang tinggi pada siswa masih memikirkan cara agar bisa diterima di lingkungan sosialnya, siswa belum memikirkan apakah hangout di *coffee shop* supaya dapat terlihat kekinian dalam lingkungan sosialnya adalah hal tepat, padahal hal tersebut dapat memicu pada perilaku konsumtif yang berlebihan dan menjadi sebuah tindakan boros.

Hal di atas sesuai dengan hasil wawancara yang dilakukan dengan beberapa remaja yang menjadi responden dalam penelitian ini yang mengungkapkan bahwa kegiatan nongkrong di *coffee shop* mereka lakukan karena ikut-ikutan teman, kegiatan tersebut mereka lakukan hanya untuk sekedar bersenang-senang tanpa memikirkan manfaat dan nilai positifnya. Bahkan dengan seringnya kegiatan tersebut dilakukan membuat mereka menjadi boros. Menurut Santrock (2017) remaja merupakan tahap dimana individu berusia 11-18 tahun [15]. Masa remaja merupakan masa dimana emosi tidak stabil serta perilaku dipengaruhi oleh emosi.

Taylor (dalam Pradipta dan Kustanti, 2021) mengemukakan bahwa konformitas mencapai puncaknya pada masa remaja awal sampai masa remaja akhir, yakni pada usia 12 tahun sampai 22 tahun. Dalam penelitian ini, subjek berumur 19 tahun sebanyak 12 orang atau 10,9% dari 110, 20 tahun sebanyak 17 orang atau 15,5% dari 110, 21 tahun sebanyak 35 orang atau 31,8% dari 110, 22 tahun sebanyak 46 orang atau 41,8% dari 110. Mahasiswa yang masuk dalam kategori remaja akhir terbukti tinggi tingkat konformitasnya [8].

Hasil penelitian ini juga sama dengan hasil penelitian sebelumnya 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].

Anjani dan Astiti (2020) yang dilakukan pada remaja yang menggemari anime di kota Denpasar. Hasil yang diperolehnya setelah melakukan analisis data menunjukkan bahwa konformitas memiliki hubungan yang signifikan terhadap perilaku remaja tersebut [16].

Sejalan dengan itu, Triningtyas dan Margawati (2019) menunjukkan bahwa berdasarkan uji analisis regresi diperoleh tingkat signifikansi 0,00 ($p < 0,050$; signifikan), artinya ada hubungan positif antara konformitas dan perilaku konsumtif terhadap belanja online pada remaja. Dari hasil penelitian saran yang dapat disampaikan agar perilaku konsumtif dapat dihindari dengan membuat perencanaan belanja agar pengeluaran tidak berlebihan dan dapat mengontrol diri merupakan faktor penting dalam mengurangi perilaku konsumtif pada remaja [17].

Penelitian yang dilakukan oleh Windayanti dan Supriyadi (2019) mengidentifikasi bahwa Konformitas secara mandiri diyakini dapat berperan dalam mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja [18]. Durandt dan Wibowo (2021) juga menemukan adanya hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja [12]. Hal serupa juga ditemukan oleh Solichah dan Dewi (2019) dalam penelitiannya ditemukan adanya hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi konformitas, maka perilaku konsumtif akan tinggi pula, dan sebaliknya jika konformitas rendah maka perilaku konsumtif akan rendah [19]. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan dalam penelitian Lestarina (2017) perilaku konsumtif termasuk dalam perilaku yang rawan dialami oleh remaja adanya faktor pengaruh sehingga perilaku ini terbentuk dalam diri remaja [20]. Perilaku konsumtif juga memiliki karakteristik dan aspek pendukung sehingga menjadi kebiasaan yang dilakukan remaja.

Hasil dari mengkategorisasikan skor subjek pada penelitian ini membuktikan bahwa dari 100 responden, terdapat 10 remaja memiliki konformitas sangat tinggi, terdapat 8 remaja yang memiliki konformitas tinggi, terdapat 71 remaja yang memiliki konformitas sedang, terdapat 11 remaja yang memiliki konformitas rendah, serta tidak terdapat remaja yang memiliki konformitas sangat rendah. Selain itu, dari banyaknya 100 responden terdapat 10 remaja yang memiliki sikap perilaku konsumtif sangat tinggi, terdapat 4 remaja yang memiliki sikap perilaku konsumtif tinggi, terdapat 76 remaja yang memiliki perilaku konsumtif sedang, dan terdapat 4 remaja yang memiliki perilaku konsumtif sangat rendah, serta 6 remaja yang memiliki sikap perilaku konsumtif sangat rendah.

Penelitian ini membuktikan bahwa konformitas mempengaruhi perilaku konsumtif pada remaja sebesar 53,6%. Sedangkan sisanya 46,4% dipengaruhi oleh faktor lain. dengan tingginya konformitas pada remaja, ditakutkan dapat mengakibatkan sikap konsumtif yang berlebihan. Sebab, remaja akan sering nongkrong, bertandang dan menghabiskan bersikap boros di *coffee shop*.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

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%.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan diharapkan supaya para remaja yang sedang berada di *coffee shop* Jalan Kavling DPR agar lebih mengontrol waktu dan keuangan mereka saat menghabiskan waktu disana supaya tidak menimbulkan sifat *impulsive*. Dan diharapkan juga mereka menjadi pribadi sesuai dengan karakter mereka masing-masing dan dapat memanfaatkan keberadaan *coffee shop* untuk meningkatkan kreativitas mereka diantaranya seperti membuat video vlog. Sementara bagi peneliti selanjutnya penelitian mengenai konformitas dan perilaku konsumtif remaja pada *coffee shop* ini sangat menarik untuk dibahas karena mengangkat *trend* saat ini. Seperti yang sudah dibahas pada penelitian ini, konformitas memiliki hubungan yang positif terhadap perilaku konsumtif remaja. Selain itu, terdapat aspek dan faktor lain yang bisa mempengaruhi perilaku konsumtif remaja yang tidak dibahas dipenelitian ini. Oleh karena itu, untuk peneliti selanjutnya yang tertarik dengan pembahasan penelitian mengenai perilaku konsumtif remaja agar menggunakan variabel lain.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah jumlah responden yang hanya 100 orang, tentunya masih kurang menggambarkan keadaan yang sesungguhnya. Dalam proses pengambilan data informasi yang diberikan responden

melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya. Faktor perbedaan pemikiran, anggapan, pemahaman, dan kejujuran menjadi salah satu pemicu dalam pengisian pendapat responden.

REFERENSI

- [1] I. Muamanah, "Fenomena Maraknya Coffee Shop Sebagai Gejala Gaya Hidup Anak Muda di Kota Metro," vol. 45, no. 45, pp. 95–98, 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-1xEduMQUAKA> (accessed May 15, 2022).
- [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 (Consumptive 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.

Conflict of Interest Statement:

The author declares that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.