

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA
DENGAN PERILAKU KONSUMTIF TERHADAP *MERCHANDISE* PADA
ANGGOTA KOMUNITAS *CARAT* DI KOTA SEMARANG**

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

Disusun Oleh :

Vika Fitri Andini

15000119130144

vikaandinyf@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap *Merchandise* pada anggota komunitas *carat* di Kota Semarang. Perilaku konsumtif adalah kegiatan individu ketika membeli barang atau jasa yang terlalu berlebihan tanpa dipikirkan secara rasional, untuk memenuhi kepuasan maksimal dalam diri. Konformitas teman sebaya adalah sikap individu yang dipengaruhi oleh teman sebaya agar perilaku dan kepercayaannya sama serta identik dengan lingkungan teman sebaya, sehingga sesuai dengan standar kelompok teman sebaya yang diikutinya. Sampel penelitian sebanyak 161 anggota komunitas *carat* di Kota Semarang yang diperoleh dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Alat ukur yang digunakan adalah Skala Konformitas Teman Sebaya (27 aitem, $\alpha = 0,894$) dan Skala Perilaku Konsumtif terhadap *Merchandise* (27 aitem, $\alpha = 0,929$). Berdasarkan analisis data menggunakan analisis regresi dapat diketahui bahwa koefisien korelasi sebesar $r_{xy} = 0,219$ dengan tingkat signifikansi sebesar $p=0,005$ ($p<0,05$). Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap *Merchandise* pada anggota komunitas *carat* di Kota Semarang. Sumbangan efektif konformitas teman sebaya terhadap perilaku konsumtif terhadap *Merchandise* sebesar 4,8%, sedangkan sisanya adalah faktor lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini.

Kata kunci : konformitas teman sebaya, perilaku konsumtif terhadap *Merchandise*, komunitas *carat*

**THE RELATIONSHIP BETWEEN PEER CONFORMITY AND
CONSUMPTIVE BEHAVIOR TOWARDS MERCHANDISE IN
MEMBERS OF THE CARAT COMMUNITY IN SEMARANG CITY**

**FACULTY OF PSYCHOLOGY
UNIVERSITAS DIPONEGORO**

Compiled by

Vika Fitri Andini
15000119130144
vikaandinyf@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between peer conformity and consumptive behavior towards merchandise in members of carat community in Semarang City. Consumptive behavior is an individual activity when buying goods or services that are too excessive without thinking rationally, to meet maximum satisfaction in oneself. Peer conformity is an individual's attitude that is influenced by peers so that their behavior and beliefs are the same and identical to the peer environment, so that they are in accordance with the standards of the peer group they follow. The research sample was 161 members of carat community in Semarang City obtained using purposive sampling techniques. The measuring instruments used were the Peer Conformity Scale (27 items, $\alpha = 0.894$) and the Consumptive Behavior Scale towards Merchandise (27 items, $\alpha = 0.929$). Based on data analysis using regression analysis, it can be seen that the correlation coefficient is $r_{xy} = 0.219$ with a significance level of $p = 0.005$ ($p < 0.05$). The results of the analysis showed that there was a positive relationship between peer conformity and consumptive behavior towards merchandise in members of carat community in Semarang City. The effective contribution of peer conformity to consumptive behavior towards merchandise was 4.8%, while the rest were other factors not revealed in this study.

Keywords: peer conformity, consumptive behavior towards merchandise, carat community