

# HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF BELANJA *ONLINE* PRODUK *SKINCARE* PADA MAHASISWA AKTIF DI JAWA TENGAH

**Kristin Wijayaningtyas, Endah Kumala Dewi**

Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang Semarang 50275

[kristinwijayaningtyas@gmail.com](mailto:kristinwijayaningtyas@gmail.com)

## **Abstrak**

Perilaku konsumtif adalah tindakan membeli barang yang tidak terlalu diperlukan secara terus menerus untuk meraih kepuasan sehingga lebih mementingkan rasa keinginan dibandingkan kebutuhan. Konformitas merupakan perilaku seseorang untuk mengikuti pola-pola perilaku di dalam kelompok karena adanya suatu tekanan agar sama dengan orang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empiris hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif belanja *online* produk *skincare* pada mahasiswa aktif di Jawa Tengah. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa aktif di Jawa Tengah berjenis kelamin perempuan, serta sampel penelitian yang diambil berjumlah 101 responden. Teknik pengambilan sampel yang dilakukan melalui pendekatan *accidental sampling*. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini yaitu alat ukur konformitas (25 aitem;  $\alpha = 0,891$ ) dan alat ukur perilaku konsumtif (36 aitem;  $\alpha = 0,935$ ). Analisis data menggunakan analisis korelasi *product moment* yang menunjukkan adanya hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif belanja *online* produk *skincare* pada mahasiswa aktif di Jawa Tengah ( $r_{xy} = 0,703$ ;  $p = 0,000$ ), dimana semakin tinggi konformitas, maka semakin tinggi perilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin rendah konformitas, maka akan semakin rendah pula perilaku konsumtif.

**Kata Kunci :** Konformitas, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

# **THE RELATIONSHIP BETWEEN CONFORMITY AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF ONLINE SHOPPING ON SKINCARE PRODUCTS PURCHASE FOR ACTIVE STUDENTS IN CENTRAL JAWA**

**Kristin Wijayaningtyas, Endah Kumala Dewi**

Faculty of Psychology, Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedarto SH Tembalang Semarang 50275

[kristinwijayaningtyas@gmail.com](mailto:kristinwijayaningtyas@gmail.com)

## **Abstract**

Consumptive behavior is the act of buying goods that are not really needed continuously to achieve satisfaction so that it is putting more emphasis on the desires than the needs. Conformity is the behavior of a person to follow behavioral patterns in a group because there is a pressure to conform with others. This study aimed to determine empirically the relationship between conformity and consumptive behavior in online shopping for skincare products among students in Central Java. The population in this study were female students in Central Java, and the research samples taken were 101 respondents. The sampling technique was taken through an accidental sampling approach. The measuring instruments used in this study were conformity measurement (25 items;  $\alpha = 0.891$ ) and consumptive behavior measurement (36 items;  $\alpha = 0.935$ ). The data analysis used product moment correlation analysis that shows a positive relationship between conformity and consumptive behavior in online shopping for skincare products among students in Central Java ( $r_{xy} = 0.703$ ;  $p = 0.000$ ), where the higher the conformity, the higher the consumptive behavior. On the other hand, the lower the conformity, the lower the consumptive behavior.

**Keywords:** Conformity, Consumptive Behavior, Students