

# HUBUNGAN ANTARA KONTROL DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PENGGEMAR K-POP (K-POPERS) DI YOGYAKARTA

## *CORRELATION BETWEEN SELF CONTROL AND CONFORMITY WITH CONSUMPTIVE BEHAVIOR OF ADOLESCENT K-POP FANS (K-POPERS) IN YOGYAKARTA*

Oleh: Riska Yuliani, Bimbingan dan Konseling, Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta, [riska.yuliani2016@student.uny.ac.id](mailto:riska.yuliani2016@student.uny.ac.id)

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan mengetahui: (1) hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta, (2) hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta, dan (3) hubungan kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif secara bersama-sama dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional. Sampel dalam penelitian ini adalah remaja penggemar K-pop di Yogyakarta yang berusia 15-22 tahun sebanyak 75 remaja yang diambil dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan *purposive sampling*. Instrumen yang digunakan ialah skala kontrol diri, skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Uji validitas instrumen dengan *expert judgement*. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis korelasi *product moment*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) tidak terdapat hubungan yang positif dan signifikan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta dengan nilai signifikansi sebesar yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar 0,110 dan nilai korelasi sebesar -0,186, (2) terdapat hubungan yang positif dan signifikan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 dan nilai korelasi sebesar 0,276, dan (3) terdapat hubungan yang signifikan kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif secara bersama-sama dengan nilai Sig. F Change 0,020. Sumbangan efektif yang diberikan kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 10,3% sedangkan 89,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

Kata kunci: *kontrol diri, konformitas, perilaku konsumtif*

### **Abstrack**

*The aim of this study is for investigating: (1) correlation between self control with consumptive behavior of adolescent K-pop fans in Yogyakarta, (2) correlation between conformity with consumptive behavior of adolescent K-pop fans in Yogyakarta, and (3) correlation between self control and conformity with consumptive behavior of adolescent K-pop fans in Yogyakarta. It was a correlation research. The sample in this study was adolescent K-pop fans aged 15-22 years as many as 75 adolescent were taken using non-probability sampling techniques with purposive sampling. The instruments used are self control scale, conformity scale, and consumptive behavior scale. Validity test of the instrument with expert judgement. Data analysis do with product moment correlation. The result of the study showed that: (1) there was no positive and significant correlation between self control and consumptive behavior of adolescent K-pop fans in Yogyakarta with a significance value of 0,110 and a correlation value of -0,186, (2) there was a significant correlation between conformity with consumptive behavior of adolescent K-pop fans in Yogyakarta with a significance value of 0,016 and a correlation value of 0,276, (3) there was a significant correlation of self control and conformity with consumptive behavior of adolescent K-pop fans in Yogyakarta with a Sig. F Change value of 0,020. The effective contribution was given by self control and conformity to the consumptive behavior was 10,3% while 89,7% was influenced by other factors outside the study.*

*Keywords: self control, conformity, consumptive behavior*

## **PENDAHULUAN**

Perkembangan zaman yang terjadi di dunia mengakibatkan terjadinya globalisasi. Salah satu fenomena baru yang muncul dalam era globalisasi adalah *Korean Wave*. *Korean Wave* atau Hallyu adalah istilah yang dipakai untuk tersebarnya budaya Korea Selatan secara global di berbagai

negara di dunia (Valentina, 2013: 72). Perkembangan *Korean Wave* atau Hallyu yang terjadi di berbagai negara termasuk Indonesia, tidak dapat dipisahkan dari perkembangan musiknya yang disebut dengan Korean Pop atau K-pop. K-pop merupakan jenis musik populer yang berasal dari Korea Selatan (Soraya, 2013: 7).

Fenomena yang saat ini sedang melanda Indonesia ini banyak memengaruhi kehidupan masyarakat khususnya remaja (Etikasari, 2018: 192).

Berdasarkan realita di lapangan, jumlah K-popers atau penggemar industri budaya Korea Selatan di dunia semakin hari diperkirakan semakin meningkat. Penggemar K-pop atau K-popers biasanya memiliki forum-forum khusus yang memungkinkan mereka untuk melakukan berbagai kegiatan secara beramai-ramai untuk memperjelas identitas mereka sebagai penggemar K-pop. Forum-forum ini umumnya merupakan situs yang dibuat oleh penggemar dan diperuntukkan bagi penggemar pula. Tidak hanya melalui forum, tetapi melalui situs-situs jejaring sosial seperti *twitter*, *instagram* dan *blog* juga memudahkan mereka dalam melakukan kegiatan fans. Melalui forum/jejaring sosial tersebut para penggemar bisa membicarakan berbagai macam hal, mulai dari video klip yang baru keluar hingga gaya rambut sang idola yang terus berganti-ganti (Puspitasari, 2013: 8). Selain itu, hal lain yang dilakukan oleh penggemar K-pop adalah membelanjakan uang untuk membeli album, *merchandise*, menghadiri *fanmeet* dan menonton konser dari idola mereka. Konser artis K-pop yang diselenggarakan di Indonesia secara silih berganti. Harga tiket untuk menonton konser pun terbilang tidak murah bahkan mencapai nominal jutaan rupiah (Latifah, 2019: 9-10).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Wulandari (2018), menjadi penggemar K-pop dapat meningkatkan konsumsi seseorang, hal ini ditandai dengan beberapa pokok temuan dari penelitian tersebut, yaitu: (1) Para penggemar

selalu mengakses sosial media di internet untuk mendapatkan informasi idolanya, mereka melakukan aktivitas konsumsi media dengan *men-download* drama atau lagu, *streaming* video, *stalking* di akun media sosial seputar K-pop, dan mengunggah foto di media sosial; (2) Bergabung dalam komunitas, menonton konser secara langsung, serta mendatangi tempat bernuansa Korea seperti rumah makan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Teknik pengumpulan data berasal dari wawancara dengan sumber data utama yakni peserta didik di SMA Negeri 4 Surakarta yang merupakan penggemar K-pop (Wulandari, 2018).

Perilaku yang dilakukan oleh penggemar K-pop berupa membelanjakan uang mereka untuk membeli hal-hal yang sebenarnya tidak mereka butuhkan dapat dikatakan sebagai perilaku konsumtif. Dalam penelitiannya, Latifah (2019) mengambil sampel penelitian berjumlah 11 orang yang merupakan penggemar K-pop dan 3 orang yang bukan penggemar K-pop yang mengemukakan hasil bahwa mahasiswa penggemar K-pop berperilaku konsumtif. Hal ini dapat dilihat dari perilaku konsumtif penggemar mulai dari *streaming* lagu dan video, menggunakan media sosial setiap waktu, bergabung dengan komunitas penggemar dan penggemar juga rajin membeli atribut K-pop serta menonton konser idola K-pop yang diadakan di Indonesia (Latifah, 2019).

Hasibuan (dalam Sukari, 2013: 13-14) menyatakan bahwa perilaku konsumtif adalah perilaku individu yang ditunjukkan untuk melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak

terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak dibutuhkan. Seperti yang terjadi pada penggemar K-pop akhir-akhir ini, banyak dari mereka yang sering kali membelanjakan uang mereka demi sang idola seperti menghadiri *event*, membeli *merchandise*, membeli album, hingga menonton konser sang idola. Perilaku konsumtif pada penggemar K-pop dapat disebabkan oleh kepuasan dan sebagai identitas bahwa mereka adalah bagian dari suatu kelompok penggemar. Perilaku konsumtif penggemar tersebut juga didukung oleh agensi yang menaungi para grup idola, banyak dari agensi hiburan Korea yang dengan sengaja memproduksi berbagai macam *merchandise*, album, pernak-pernik, bahkan kosmetik yang menyangkut suatu grup idola. Hal ini selain bertujuan untuk meningkatkan promosi sebagai sarana untuk lebih mengenalkan sang idola kepada masyarakat umum juga untuk memperoleh keuntungan tersendiri bagi agensi. Sebagai penggemar 'garis keras', para penggemar dari grup tersebut tentunya tidak segan untuk membelanjakan uang demi mendapatkan apa yang di inginkan.

Penggemar K-pop di Indonesia tersebar di berbagai daerah, salah satunya di Yogyakarta. Sebagaimana dapat dilihat dari salah satu akun sosial media yaitu @jogjakpopermedia dengan jumlah pengikut 8.596 orang (Instagram, November 2019). Akun tersebut menjadi salah satu media bagi K-popers Yogyakarta untuk mendapatkan informasi mengenai *event* atau festival K-pop yang diselenggarakan di Jogja. Di Yogyakarta sendiri, menjadi tempat yang seringkali diadakan festival yang bertemakan

Korea seperti *Korean Days* yang diselenggarakan oleh mahasiswa UGM, perlombaan *dance cover* dan lain-lain. Disamping *event* dan festival yang bertemakan K-pop, aktivitas lain para K-popers yaitu kegiatan konsumsi atau berbelanja berbagai atribut dan produk yang mendukung aktivitas mereka. Hal tersebut memberikan dampak pada menjamurnya berbagai toko baik online maupun offline yang menyediakan berbagai atribut dan produk Korea. Menjamurnya toko tersebut dapat menjadi salah satu indikator yang menunjukkan tingginya ketertarikan dan konsumsi penggemar K-pop di Yogyakarta terhadap produk dan atribut Korea. Kehadiran berbagai toko K-pop ini menjadi salah satu pendorong bagi para K-popers untuk mengeksplor dan melepaskan keinginan untuk mengonsumsi dengan cara membeli berbagai atribut ala Korea. Aktivitas-aktivitas tersebut merupakan salah satu bentuk kegiatan konsumsi penggemar K-pop di Yogyakarta yang menjurus kepada perilaku konsumtif.

Remaja penggemar K-pop diidentikan dengan gaya hidup konsumtif. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Achmada (2014) yang menyatakan bahwa penggemar/pecinta k-pop memang cenderung memiliki gaya hidup yang konsumtif dengan cara membeli beragam produk korea yang kebutuhannya bersifat tidak penting dengan tujuan menunjukkan bahwa dirinya seorang pecinta korea. Seorang penggemar K-pop tidak harus mewajibkan diri untuk memiliki segala macam pernak-pernik tentang korea ataupun idola yang tidak menjadi hal penting dalam kebutuhan utamanya.

Santosa (dalam Nurratri, 2012: 18-20) menyebutkan ciri-ciri orang yang dikategorikan berperilaku konsumtif, salah satu ciri-cirinya ialah membeli barang yang tidak terkontrol karena menguatkan keinginan. Keinginan seseorang ditentukan hanya untuk melakukan pembelian tanpa memperdulikan apapun. Keinginan tersebut muncul karena adanya pengiklanan di televisi atau adanya dorongan dari luar individu yang secara terus-menerus menyerang kesadaran hingga membuat individu akan melakukan apapun untuk mendapatkan barang yang diinginkan tersebut. Muncul atau tidaknya perilaku konsumtif memang tergantung bagaimana individu melakukannya. Individu yang memiliki kontrol diri yang baik maka dia dapat membuat batasan bagaimana dia akan mengurangi membelanjakan barang-barang kurang penting yang bisa membuatnya menjadi konsumtif.

Penggemar K-pop atau K-popers mayoritas berada pada usia remaja. Kay (dalam Marsela, 2019: 66) mengungkapkan bahwa salah satu tugas perkembangan remaja yaitu memperkuat *self-control* atau kemampuan mengendalikan diri. Remaja yang memiliki kontrol diri, akan memungkinkan remaja dapat mengendalikan diri dari perilaku-perilaku menyimpang sekaligus menjadikan remaja dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan.

Kontrol diri menurut Tangney (dalam Shohibullana, 2014: 52) adalah kemampuan yang dimiliki individu untuk menentukan perilakunya dengan berdasar pada standar tertentu seperti moral, nilai, dan aturan di masyarakat agar dapat mengarah pada perilaku yang positif. Sementara,

Roberts (dalam Ghufron, 2014: 22) mendefinisikan kontrol diri sebagai suatu jalinan yang secara utuh atau terintegrasi antara individu dengan lingkungannya. Individu yang memiliki kontrol diri tinggi akan berusaha menemukan dan menerapkan cara yang tepat untuk berperilaku dalam berbagai macam situasi. Kontrol diri merujuk pada kemampuan untuk mengendalikan, mengelola dan menentukan untuk menampilkan perilaku yang sesuai dengan cara mempertimbangkan terlebih dahulu agar sesuai dengan berbagai macam situasi dan kondisi. Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli diatas, menunjukkan bahwa kontrol diri merupakan salah satu kemampuan yang diperlukan oleh remaja.

Namun, realitanya masih ada remaja penggemar K-pop yang mengalami kesulitan dalam mengendalikan diri, seperti yang pernah diulas dalam penelitian yang dilakukan oleh Etikasari (2018). Penelitian dilakukan dengan mengambil sampel penelitian berjumlah 4 orang yang merupakan penggemar K-pop yang semuanya masih berstatus pelajar. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa keempat subjek penelitian memiliki kesulitan untuk mengendalikan perilaku. Hal ini dapat dilihat dari reaksi berlebihan subjek ketika menonton video dan mendengarkan lagu K-pop, atupun ketika mendengar berita mengenai idola baik ditempat umum, dikelas maupun dirumah. Selain itu, subjek juga merasa kesulitan untuk mengendalikan diri untuk tidak membeli barang-barang yang berhubungan dengan K-pop sehingga membuat subjek menjadi boros dan

cenderung berperilaku konsumtif (Etikasari, 2018).

Sementara itu, perilaku konsumtif remaja juga sangat erat kaitannya dengan pengaruh kelompok, dalam hal ini mengacu pada istilah konformitas. Zebua (dalam Fitriyani, 2013) mengemukakan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif pada remaja diduga terkait dengan karakteristik psikologi tertentu yang dimiliki oleh remaja yaitu konsep diri dan tingkat konformitas terhadap kelompok teman sebaya.

Konformitas menurut Myers (2012: 252) adalah sebuah perubahan perilaku atau kepercayaan agar selaras dengan orang lain yang diakibatkan oleh adanya tekanan kelompok. Selanjutnya Yusuf (2014: 59) menjelaskan bahwa konformitas merupakan suatu motif untuk menjadi sama, sesuai, atau seragam dengan nilai-nilai, kebiasaan, kegembiraan, atau budaya di kalangan teman sebaya. Berdasarkan pendapat dari beberapa ahli mengenai konformitas, tentunya konformitas merupakan hal yang diperlukan setiap individu dalam menentukan sikap untuk ikut serta dan terpengaruh untuk menyamakan diri dengan lingkungan kelompoknya atau tidak.

Berdasarkan hasil penelitian Widarti (2016) yang melakukan penelitian pada komunitas penggemar grup musik K-pop CN Blue. Penelitian dilakukan dengan mengambil penggemar grup musik K-pop CN Blue yang berusia 16-28 tahun sebagai subjeknya. Hasil penelitian ini mengemukakan bahwa penggemar grup musik K-pop CN Blue melakukan konformitas terhadap aspek *fashion* dan gaya hidup. Konformitas yang dilakukan didasari oleh

adanya sikap pemujaan terhadap idola yang begitu tinggi seolah ada bisikan agar cara berpakaian dan tindak tanduknya sesuai dengan sang idola. Konformitas yang dilakukan oleh penggemar ini didasari oleh adanya hasrat keinginan untuk diterima secara sosial yaitu penerimaan orang lain dalam kelompok sesama penggemar CN Blue terhadap diri serta pengharapan perilaku positif mereka. Selain itu, konformitas juga dijadikan sebagai upaya oleh para penggemar agar tidak diejek atau terhindar dari *bully* oleh sesama penggemar grup musik K-pop CN Blue tanpa memperdulikan konformitas yang dilakukan menuju kearah positif maupun negatif.

Menurut Dacey (dalam Hotpascaman, 2009) mengungkapkan konformitas dalam kelompok tidak selalu bersifat positif. Adanya keinginan untuk diterima dan diakui oleh kelompok ternyata cukup kuat untuk mendorong seseorang melakukan tindakan yang sama dengan yang dilakukan kelompoknya sekalipun tindakan itu mengarah ke hal yang negatif. Adanya rasa keterpaduan dan keterikatan yang dirasakan individu dengan kelompoknya, membuat remaja menganggap bahwa ia juga harus melakukan ataupun membeli perhiasan apa yang dikenakan baik atribut ataupun lainnya yang ada dalam suatu kelompok untuk menyamakan identitas diantara mereka.

Berdasarkan kondisi bahwa remaja penggemar K-pop cenderung berperilaku konsumtif dan masih terdapat penggemar K-pop yang masih kesulitan dalam melakukan kontrol diri, serta terdapat penggemar K-pop yang terbawa arus konformitas kelompok maka

peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif, konformitas dengan perilaku konsumtif, serta antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta, (2) hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta, (3) hubungan kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif secara bersama-sama dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

### **Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di seluruh wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menyesuaikan lokasi masing-masing subjek pada bulan Maret 2020.

### **Subjek Penelitian**

Subjek penelitian ini adalah remaja penggemar K-pop di Yogyakarta yang berusia 10-25 tahun sebanyak 125 remaja. Adapun jumlah sampel yang digunakan sejumlah 75 remaja penggemar K-pop dengan usia 15-22 tahun yang memenuhi kriteria penelitian yaitu pernah atau sering melakukan pembelian terhadap barang atau atribut berbau Korea.

### **Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan skala. Instrumen dalam penelitian ini adalah skala kontrol diri, skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Terdapat empat alternatif pilihan jawaban pada setiap item yang menunjukkan tingkat kesesuaian subjek dengan pernyataan yang diajukan. Empat alternatif pilihan jawaban tersebut adalah sangat sesuai, sesuai, tidak sesuai, dan sangat tidak sesuai.

### **Validitas dan Reliabilitas**

Uji Validitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendapat dari ahli (*expert judgement*). Setelah data diperoleh kemudian diuji validitasnya dengan menggunakan *product moment*. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach*. Reliabilitas skala kontrol diri sebesar 0,716; skala konformitas sebesar 0,705 dan skala perilaku konsumtif sebesar 0,736.

### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji persyaratan analisis dan uji hipotesis. Uji persyaratan analisis berupa uji normalitas dan uji linearitas, selanjutnya dilakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan menggunakan uji korelasi *product moment* dalam menganalisis hipotesis dalam penelitian ini dengan perhitungan menggunakan bantuan program *SPSS for windows version 20*.

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

### **a. Kontrol Diri**

Variabel kontrol diri ( $X_1$ ) diukur melalui skala kontrol diri yang terdiri atas 17 item pernyataan dengan 4 alternatif jawaban dimana memiliki rentang skor 1 sampai 4. Berikut adalah tabel

sebaran data kategori kontrol diri pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

Tabel.1 Sebaran Data Kategorisasi Kontrol Diri

Kategori	Jumlah Subjek	Persentase
Sangat Tinggi	7	9,3%
Tinggi	36	48%
Sedang	30	40%
Rendah	2	2,7%
Sangat Rendah	0	0%
Jumlah	75	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 7 remaja (9,3%) memiliki kecenderungan tingkat kontrol diri sangat tinggi, 36 remaja (48%) memiliki kecenderungan tingkat kontrol diri tinggi, 30 remaja (40%) memiliki tingkat kontrol diri sedang, 2 remaja (2,7%) memiliki kecenderungan tingkat kontrol diri rendah, dan tidak ada remaja yang memiliki tingkat kontrol diri yang sangat rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar remaja penggemar K-pop di Yogyakarta memiliki kontrol diri kategori sedang cenderung tinggi.

**b. Konformitas**

Variabel konformitas (X<sub>2</sub>) diperoleh melalui skala konformitas yang terdiri atas 25 item pernyataan dengan 4 alternatif jawaban yang memiliki rentang skor 1 sampai 4. Berikut adalah tabel sebaran data kategori konformitas pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

Tabel.2 Sebaran Data Kategorisasi Konformitas

Kategori	Jumlah Subjek	Persentase
Sangat Tinggi	0	0%

Tinggi	7	9,3%
Sedang	49	65,3%
Rendah	18	24%
Sangat Rendah	1	1,3%
Jumlah	75	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta yang memiliki kecenderungan tingkat konformitas sangat tinggi, sebanyak 7 remaja (9,3%) memiliki kecenderungan tingkat konformitas tinggi, 49 remaja (65,3%) memiliki kecenderungan tingkat konformitas diri sedang, 18 remaja (24%) memiliki kecenderungan tingkat konformitas rendah, dan 1 remaja (1,3%) memiliki kecenderungan tingkat konformitas sangat rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar remaja penggemar K-pop di Yogyakarta memiliki konformitas kategori sedang cenderung rendah.

**c. Perilaku Konsumtif**

Variabel perilaku konsumtif (Y) diperoleh melalui skala perilaku konsumtif yang terdiri atas 19 item pernyataan dengan 4 alternatif jawaban yang memiliki rentang skor 1 sampai 4. Berikut adalah tabel sebaran data kategori perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

Tabel.3 Sebaran Data Kategorisasi Perilaku Konsumtif

Kategori	Jumlah Subjek	Persentase
Sangat Tinggi	0	0%
Tinggi	3	4%
Sedang	21	28%
Rendah	37	49,3%

Sangat Rendah	14	18,7%
Jumlah	75	100%

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak ada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta yang memiliki kecenderungan tingkat perilaku konsumtif sangat tinggi, sebanyak 3 remaja (4%) memiliki kecenderungan tingkat perilaku konsumtif tinggi, 21 remaja (28%) memiliki kecenderungan tingkat perilaku konsumtif sedang, 37 remaja (49,3%) memiliki kecenderungan tingkat perilaku konsumtif rendah, dan 14 remaja (18,7%) memiliki kecenderungan tingkat perilaku konsumtif sangat rendah.

#### d. Uji Prasyarat Analisis

##### 1. Uji Normalitas

Berdasarkan perhitungan bantuan program *SPSS for windows version 20* diketahui bahwa nilai signifikansi pada variabel kontrol diri sebesar 0,957. Nilai signifikansi  $0,957 > 0,05$  maka data variabel kontrol diri berdistribusi normal. Selanjutnya, nilai signifikansi pada variabel konformitas sebesar 0,465. Nilai signifikansi  $0,465 > 0,05$  maka data variabel konformitas berdistribusi normal. Kemudian, nilai signifikansi pada variabel perilaku konsumtif sebesar 0,724. Nilai signifikansi  $0,724 > 0,05$  maka data variabel perilaku konsumtif juga berdistribusi normal.

##### 2. Uji Linearitas

Berdasarkan perhitungan bantuan program *SPSS for windows version 20* diketahui bahwa nilai signifikansi pada *deviation from linearity* untuk variabel kontrol diri dengan perilaku konsumtif sebesar 0,403 kemudian untuk variabel

konformitas dengan perilaku konsumtif sebesar 0,400. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa signifikansi lebih besar dari 0,05, maka dapat dikatakan bahwa antara variabel bebas dengan variabel terikat terdapat hubungan yang linear.

##### 3. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan perhitungan bantuan program *SPSS for windows version 20* diketahui bahwa nilai *Tolerance* pada variabel kontrol diri dan konformitas sebesar 0,993 yang berarti nilai *Tolerance* dari kedua variabel bebas tersebut diatas 0,10. Kemudian nilai VIF pada variabel kontrol diri dan konformitas diperoleh sebesar 1,007. Hal tersebut berarti bahwa nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ). Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas tersebut tidak terjadi multikolinearitas.

##### 4. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis korelasi dengan menggunakan uji korelasi *product moment* dari *Karl Pearson* dan teknik analisis korelasi berganda dengan menggunakan bantuan program *SPSS for windows version 20*. Penelitian ini menggunakan uji korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) yang bertujuan untuk mengetahui korelasi antara kontrol diri ( $X_1$ ) dengan perilaku konsumtif (Y) dan korelasi antara konformitas ( $X_2$ ) dengan perilaku konsumtif (Y). Selain itu, dalam penelitian ini juga dilakukan uji korelasi ganda (*Multiple correlation*) yang bertujuan untuk melihat hubungan antar tiga atau lebih variabel secara bersama-sama yaitu hubungan antara kontrol diri ( $X_1$ ) dan konformitas ( $X_2$ ) dengan perilaku konsumtif (Y).

**1) Uji Korelasi Sederhana**

Hipotesis pertama penelitian ini adalah “terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta”. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis pertama dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *product moment* dengan bantuan program *SPSS for windows version 20*.

Tabel.4 Output SPSS Hasil Uji Korelasi Sederhana Hipotesis Pertama

		Kontrol Diri	Perilaku Konsumtif
Kontrol Diri	Pearson Correlation	1	-.186
	Sig. (2-tailed)		.110
	N	75	75
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	-.186	1
	Sig. (2-tailed)	.110	
	N	75	75

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi sederhana pada tabel diatas, korelasi antara kontrol diri (X<sub>1</sub>) dengan Perilaku Konsumtif (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,110 (lebih dari 0,05) serta nilai *pearson correlation* (R hitung) -0,186. Maka dapat dinyatakan bahwa tidak ada korelasi yang signifikan antara variabel kontrol diri dengan variabel perilaku konsumtif.

Selanjutnya, hipotesis kedua penelitian ini adalah “terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di

Yogyakarta”. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis kedua dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *product moment* dengan bantuan program *SPSS for windows version 20*.

Tabel.5 Output SPSS Hasil Uji Korelasi Sederhana Hipotesis Kedua

		Konformitas	Perilaku Konsumtif
Konformitas	Pearson Correlation	1	.276*
	Sig. (2-tailed)		.016
	N	75	75
Perilaku Konsumtif	Pearson Correlation	.276*	1
	Sig. (2-tailed)	.016	
	N	75	75

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi sederhana pada tabel diatas, korelasi antara konformitas (X<sub>2</sub>) dengan perilaku konsumtif (Y) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,016 (kurang dari 0,05) serta nilai *pearson correlation* (R hitung) yaitu 0,276. Maka variabel konformitas dengan perilaku konsumtif memiliki korelasi yang positif dengan koefisien determinasi sebesar 0,076 sehingga dapat dinyatakan bahwa konformitas memberikan sumbangan efektif terhadap perilaku konsumtif sebesar 7,6%.

**2) Uji Korelasi Ganda**

Hipotesis ketiga penelitian ini adalah “terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta”. Berikut ini adalah hasil uji hipotesis

ketiga dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *product moment* dengan bantuan program *SPSS for windows version 20*.

Tabel.6 Output SPSS Hasil Uji Korelasi Sederhana Hipotesis Kedua

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.321 <sup>a</sup>	.103	.078	6.98263	.103	4.141	2	72	.020

a. Predictors: (Constant), Konformitas, Kontrol Diri

Berdasarkan hasil uji korelasi ganda diatas, diperoleh nilai Sig. F Change sebesar 0,020 (kurang dari 0,05) maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel bebas (kontrol diri dan konformitas) dengan variabel terikat (perilaku konsumtif). Selain itu, nilai R adalah 0,321 dan *R Square* atau koefisien determinan adalah 0,103, sehingga sumbangan efektif antara variabel kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif adalah 10,3% dan sisanya 89,7% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti.

**Pembahasan dan Hasil Penelitian**

**1) Hubungan kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta**

Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi sederhana antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,110 dan nilai *pearson*

*correlation* (R hitung) sebesar -0,186. Dengan demikian penelitian ini tidak berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara kontrol diri dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

Perilaku konsumtif menurut Hasibuan (dalam Sukari, 2013: 13-14) diartikan sebagai perilaku individu yang ditunjukkan untuk melakukan konsumsi secara berlebihan dan tidak terencana terhadap barang dan jasa yang kurang atau bahkan tidak dibutuhkan. Perilaku konsumtif biasanya dilakukan oleh individu yang tidak mempertimbangkan dengan matang sehingga mudah untuk melakukan pengeluaran tanpa menyesuaikan kebutuhan pokoknya. Sedangkan, kontrol diri oleh Goldfried dan Merbaum (dalam Ghufron, 2014: 22) didefinisikan sebagai kemampuan untuk menyusun, membimbing, mengatur serta mengarahkan bentuk perilaku yang dapat membawa individu kearah konsekuensi yang positif.

Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa kontrol diri remaja penggemar K-pop berada pada kategori sedang cenderung tinggi. Hal ini mengartikan bahwa remaja memiliki kemampuan untuk mengelola dan mengendalikan diri yang cukup baik, sehingga remaja dapat menampilkan perilaku yang sesuai dan kearah yang positif. Dengan dimilikinya kemampuan ini, menjadikan remaja mampu untuk menahan diri supaya tidak melakukan konsumsi barang yang tidak

disesuaikan dengan kebutuhan yang menjadikan remaja berperilaku konsumtif.

Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Fuadi (2018) yang menyatakan bahwa kontrol diri berhubungan perilaku konsumtif. Semakin rendah kontrol diri yang dimiliki remaja maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif, begitu pula sebaliknya. Namun, pada hasil penelitian, kontrol diri remaja penggemar K-pop di Yogyakarta berada dalam kategori sedang cenderung tinggi dapat diartikan bahwa kontrol diri yang terbentuk cenderung tinggi. Akan tetapi kontrol diri yang cenderung tinggi pada remaja penggemar K-pop ini tidak mempengaruhi perilaku konsumtif yang terjadi dikalangan remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

## **2) Hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta**

Berdasarkan hasil perhitungan analisis korelasi antara konformitas dengan perilaku konsumtif menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,016 (kurang dari 0,05) dan nilai *pearson correlation* (R hitung) sebesar 0,276. Karena nilai signifikansinya kurang dari 0,05 sehingga diperoleh hasil signifikan serta r hitung yang diperoleh bernilai positif maka, korelasi yang terjadi antara konformitas dengan perilaku konsumtif adalah signifikan atau positif searah. Apabila konformitas tinggi maka perilaku konsumtif pun tinggi. Nilai koefisien determinasi ( $r^2$ ) adalah 0,76 sehingga sumbangan efektif konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 7,6%.

Baron & Byrne (2005: 206) mengungkapkan bahwa konformitas merupakan salah satu jenis dari pengaruh sosial dimana individu mengubah sikap dan tingkah laku agar sesuai dengan norma sosial atau aturan-aturan yang ada. Perubahan sikap dan perilaku tersebut dilakukan sebagai upaya untuk menyesuaikan diri dengan orang lain khususnya yang berada dalam lingkungan kelompok yang sama, baik ada maupun tidak adanya tekanan dalam kelompok secara langsung.

Dacey & Kenny (dalam Hotpascaman, 2009) menjelaskan bahwa konformitas dalam kelompok tidak selalu bersifat positif. Artinya kelompok pertemanan akan berpengaruh positif apabila anggotanya terdiri dari orang-orang yang bersikap positif, sebaliknya apabila anggotanya terdiri dari orang-orang yang memiliki perilaku negatif maka konformitas akan cenderung negatif. Hal ini selaras dengan hasil penelitian dari Fitriyani (2013) yang menyatakan bahwa konformitas memiliki kontribusi pengaruh yang cukup besar pada perilaku konsumtif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan mayoritas remaja penggemar K-pop di Yogyakarta memiliki konformitas dan perilaku konsumtif yang tergolong sedang. Kategori sedang tingkat konformitas pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta dapat diartikan bahwa kelompok pertemanan yang terbentuk diantara sesama penggemar K-pop sebagian besar memiliki tingkat perilaku konsumtif yang cenderung sedang. Hal ini membuktikan bahwa tingkat konformitas yang cenderung sedang berhubungan dengan cenderung sedangnya pula perilaku konsumtif.

Erawati (2007: 33) mengemukakan terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, salah satunya yaitu pergaulan. Pergaulan dalam hal ini mengacu pada kelompok referensi yang menjadi panutan bagi remaja. Remaja akan membeli barang atau sesuatu yang sama dengan yang dikonsumsi oleh orang lain dengan tujuan menyelaraskan diri dengan orang-orang yang berada pada kelompok yang sama, sehingga muncul konformitas.

### **3) Hubungan kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas secara bersama-sama dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta sebesar 10,3% dan sisanya 89,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diungkap dalam penelitian ini. Pernyataan tersebut diketahui dari analisis korelasi ganda antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif yang menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,020 dan nilai *R Square* sebesar 0,103 sehingga sumbangan efektif variabel bebas terhadap variabel terikat adalah 10,3%. Hasil tersebut membuktikan bahwa dua variabel bebas  $X_1$  (Kontrol diri) dan  $X_2$  (Konformitas) secara bersamaan memiliki hubungan yang signifikan dengan variabel  $Y$  (Perilaku Konsumtif). Dengan demikian penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

Asch (dalam Baron & Byrne. 2005: 56-61) menjelaskan bahwa konformitas dipengaruhi oleh kohesivitas yaitu ketertarikan individu terhadap suatu kelompok yang dapat menimbulkan konformitas. Semakin kuat kohesivitas dalam hubungan pertemanan dalam kelompok, maka semakin kuat pula konformitas yang terjadi dalam kelompok pertemanan tersebut. Artinya, apabila sebagian besar anggota dalam kelompok tersebut melakukan perilaku konsumtif, maka anggota lain akan mengikuti perilaku konsumtif juga. Dengan demikian, kemampuan kontrol diri para anggota yang usianya masih remaja ini sangat diperlukan untuk membantu remaja dapat berperilaku lebih terarah dan tidak mudah terpengaruh, sehingga dapat mencegah remaja dari perilaku konsumtif.

Penelitian Rochani (2018) menunjukkan bahwa munculnya perilaku konsumtif pada usia remaja merupakan akibat dari masa mencari identitas. Remaja berperilaku konsumtif hanya untuk mencari kesenangan dan kepuasan semata dengan melakukan pembelian terhadap barang-barang yang sebenarnya kurang diperlukan dengan tujuan agar remaja memperoleh identitas dirinya. Oleh sebab itu remaja membutuhkan kemampuan untuk mengarahkan, mengatur dan mengelola diri (kontrol diri) yang tinggi supaya remaja mampu untuk menahan keinginan-keinginan yang muncul. Apabila remaja memiliki kontrol diri yang tinggi, maka remaja akan memiliki perilaku konsumtif yang rendah.

Remaja yang memiliki kontrol diri yang rendah dan berada pada kelompok pertemanan yang gemar melakukan perilaku konsumtif maka remaja tersebut akan cenderung gemar melakukan perilaku konsumtif juga. Sebaliknya, apabila

remaja memiliki kontrol diri yang tinggi, maka remaja akan lebih mampu untuk mengelola, mengendalikan dan mengarahkan dirinya supaya tidak mengikuti tekanan dari lingkungan pertemanan yang mengarah pada perilaku konsumtif. Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa terjadi hubungan yang bertolak belakang antara kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif, yang artinya semakin tinggi kontrol diri dan semakin rendah konformitas, maka semakin rendah perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta dan sebaliknya, semakin rendah kontrol diri dan semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

Sumbangan efektif kontrol diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif sebesar 10,3%, hasil tersebut diperoleh pada saat dilakukan uji korelasi ganda yang bertujuan untuk menghitung seberapa besar kontribusi yang diberikan kedua variabel bebas terhadap variabel terikat. Namun, sumbangan tersebut diperkirakan diberikan oleh variabel konformitas saja, hal ini dikarenakan pada saat dilakukan uji korelasi antara variabel kontrol diri dengan variabel perilaku konsumtif tidak terjadi hubungan atau korelasi diantara kedua variabel tersebut. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Fitriyani (2013) yang menyatakan bahwa perilaku konsumtif dipengaruhi oleh faktor eksternal, salah satunya ialah konformitas. Interaksi yang sering terjadi diantara sesama penggemar K-pop akan ikut mempengaruhi dan memungkinkan remaja menjadikan teman-teman sesama penggemar K-pop tersebut sebagai kelompok acuan atau

kelompok referensi oleh remaja dalam melakukan berbagai hal termasuk dalam membeli berbagai macam produk berbau Korea yang sebenarnya tidak begitu dibutuhkan atau diperlukan. Meskipun pada hasil penelitian menunjukkan tingkat kontrol diri berada pada kategori sedang cenderung tinggi, hal ini berarti ada sebagian remaja yang memiliki tingkat kontrol diri tinggi dan ada pula sebagian remaja penggemar K-pop lainnya yang memiliki tingkat kontrol diri yang sedang bahkan rendah. Sebagian remaja yang memiliki tingkat kontrol diri sedang hingga rendah inilah yang dimungkinkan mudah terpengaruh dan mudah terbawa arus konformitas yang terjadi dalam kelompoknya. Selain itu, adanya keinginan untuk dapat diterima dan disukai oleh sesama penggemar membuat sebagian remaja pada akhirnya tidak dapat mempertahankan pendirian mereka untuk tidak ikut serta dalam membeli berbagai atribut K-pop seperti yang dilakukan oleh penggemar lainnya, sehingga akhirnya remaja larut dan mengikuti segala aktivitas ataupun tindakan yang dilakukan oleh kelompoknya. Hal ini selaras dengan pendapat Deutsch & Gerrard (Sarwono, 2005: 185) yang menyatakan bahwa salah satu penyebab individu melakukan konformitas ialah adanya pengaruh yang didasarkan atas keinginan untuk dapat memnuhi harapan orang lain supaya dapat diterima atau disukai oleh orang lain.

Sumbangan efektif kontrol diri dan konformitas sebesar 10,3% dan 80,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini sesuai dengan penelitian Putri (2019), mengatakan faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif yaitu faktor internal dan faktor

eksternal. Faktor internal adalah faktor-faktor yang berasal dari dalam diri individu. Faktor-faktor tersebut meliputi usia, keadaan ekonomi, persepsi, sikap pendirian, kepribadian dan jenis kelamin. Sedangkan, faktor eksternal ialah faktor-faktor yang berasal dari luar diri individu. Faktor-faktor tersebut diantaranya kebudayaan, kelas sosial dan keluarga. Sehingga faktor-faktor lain itulah yang dapat mempengaruhi perilaku konsumtif selain kontrol diri dan konformitas.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai hubungan kontrol diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Tidak ada hubungan atau korelasi positif dan signifikan kontrol diri dengan perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta. Tingkat kontrol diri dalam penelitian ini berada pada kategori sedang cenderung tinggi, namun hasil tersebut tidak menunjukkan bahwa kontrol diri yang diteliti dalam penelitian ini memiliki keterkaitan dengan perilaku konsumtif.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan konformitas dengan perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta. Tingkat konformitas berada dalam kategori sedang cenderung rendah. Hasil tersebut menunjukkan semakin tinggi konformitas, maka semakin tinggi perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta dan sebaliknya, semakin rendah konformitas,

maka semakin rendah perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta.

3. Terdapat hubungan yang signifikan antara kontrol diri dan konformitas secara bersama-sama terhadap perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta. Tingkat perilaku konsumtif berada pada kategori sedang cenderung rendah. Hasil penelitian menunjukkan semakin tinggi kontrol diri dan semakin rendah konformitas, maka semakin rendah perilaku konsumtif remaja penggemar K-pop di Yogyakarta dan sebaliknya.

### **Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut:

#### **1. Bagi Remaja Penggemar K-pop**

Bagi remaja penggemar K-pop, penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi serta masukan mengenai perilaku konsumtif, kontrol diri dan konformitas yang terjadi diantara sesama penggemar K-pop, sehingga remaja dapat mempergunakan informasi ini untuk mempertimbangkan pengeluarannya sehari-hari yang disesuaikan dengan kebutuhan dan kebermanfaatannya. Serta mampu mengurangi pengeluaran yang diluar kemampuan dan cenderung berlebihan, sehingga uang yang dikeluarkan bisa lebih bermanfaat untuk kedepannya, seperti digunakan untuk keperluan pendidikan khususnya bagi penggemar K-pop yang masih berstatus sebagai pelajar atau mahasiswa yang mana belum memiliki penghasilan sendiri.

Dalam hal kontrol diri, remaja penggemar K-pop sudah memiliki pondasi yang kuat dalam

mempertahankan keyakinan diri dan menentukan keputusan. Sikap ini perlu dipertahankan agar remaja tidak mudah terpengaruh, terbuju rayuan untuk mempertahankan pendiriannya.

Kemudian dalam hal konformitas remaja penggemar K-pop telah memiliki pondasi kekompakkan dan kesetiaan yang cukup kuat, alangkah lebih baik apabila para remaja ini mengembangkan sikap konformitas tersebut untuk digunakan dalam hal-hal yang positif dan lebih bermanfaat, seperti melakukan kegiatan amal, bakti sosial kepada orang-orang yang lebih membutuhkan.

## **2. Bagi Guru Bimbingan dan Konseling**

Bagi guru bimbingan dan konseling, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu acuan dalam membantu mempertahankan kontrol diri pada siswa yang khususnya termasuk dalam penggemar K-pop dan semua siswa pada umumnya, dengan diadakannya layanan bimbingan klasikal.

Selain itu, pemberian layanan juga dapat dilakukan dengan menggunakan media poster, slogan, papan informasi maupun dengan melakukan bimbingan secara langsung sebagai usaha preventif yang bertujuan untuk mencegah dan mengurangi munculnya perilaku konsumtif. Penelitian ini juga diharapkan dijadikan sebagai salah satu pertimbangan dalam mencari solusi berbagai permasalahan yang berkaitan dengan perilaku konsumtif.

## **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk meneliti faktor-faktor lain yang dimungkinkan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif supaya penelitian mendapatkan hasil yang lebih

maksimal. Faktor-faktor lain yang dimungkinkan dapat mempengaruhi perilaku konsumtif, seperti keadaan ekonomi, kepribadian, kebudayaan, kelas sosial serta keluarga.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Achmada, L. (2014). *Pola Perilaku Konsumtif Pecinta Korea di Korea Lovers Surabaya Community (KLOSS COMMUNITY)*. Jurnal Paradigma, Universitas Negeri Surabaya Vol. 02, No. 03. Hlm: 16.
- Baron, R. A. & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Etikasari, Y. (2018). *Kontrol Diri Remaja Penggemar K-Pop (K-Popers) (Studi Pada Penggemar K-Pop di Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Pendidikan, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Erawati, T. F. (2007). *Muslimah Nggak Gitu Deh*. Jakarta: Lingkar Pena Publishing House.
- Fitriyani, N., Widodo, P. B., Fauziah, N. (2013). *Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Di Genuk Indah Semarang*. Jurnal Psikologi UNIP, Fakultas Psikologi, Universitas Diponegoro. Vol. 12, No. 1. Hlm: 55-68.
- Fuadi, A. I. (2018). *Hubungan Antara Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa/I Psikologi Di Universitas Medan Area*. Skripsi. Universitas Medan Area.

- Ghufro, N. & Risnawita, R. (2014). *Teori Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Hotpascaman. (2009). *Hubungan Antara Perilaku Konsumtif dengan Konformitas pada Remaja*. Skripsi. Universitas Sumatera Utara.
- Shohibullana, I. H. (2014). *Kontrol Diri Dan Perilaku Konsumtif Pada Siswa SMA (Ditinjau Dari Lokasi Sekolah)*. Jurnal Online Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang. Vol.2, No.1. Hlm: 46-61.
- Latifah, U. N. (2019). *Perilaku Konsumtif Mahasiswa Penggemar K-Pop di Yogyakarta*. Skripsi. Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Marsela, R. D. & Supriatna, M. (2019). *Kontrol Diri: Definisi dan Faktor* Journal of Innovative Counseling: Theory, Practice & Research, FKIP, Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Tasikmalaya. Vol.3, No.2. Hlm: 65-67.
- Myers, D. G. (2012). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurratri, A. (2012). *Hubungan Antara Harga Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Ponsel Blackberry Pada Mahasiswa Universitas Islam Indonesia*. Skripsi. Fakultas Psikologi & Ilmu Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia.
- Puspitasari, W. & Hermawan, Y. (2013). *Gaya Hidup Penggemar K-Pop (Budaya Pop Korea) Dalam Mengekspresikan Kehidupannya (Studi Kasus K-Pop Lovers di Surakarta)*, Jurnal Pendidikan Sosiologi-Antropologi FKIP UNS. Hlm. 1-10.
- Putri, N. A. (2019). *Hubungan Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Remaja Penggemar K-pop BTS Army Gaperta*. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Medan Area.
- Rochani, R. T. (2018). *Hubungan Kontrol Diri Dengan Perilaku Online Shopping di Instagram Pada Remaja*. Skripsi. Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sarwono, S. W. (2005). *Psikologi Sosial: Psikologi Kelompok & Psikologi Terapan*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Soraya, V. R. (2103). *Pengaruh budaya k-pop terhadap sikap remaja di Surabaya (studi deskriptif kuantitatif tentang pengaruh budaya k-pop di televise terhadap sikap remaja di Kota Surabaya)*. Skripsi. Kesejahteraan Pendidikan dan Perumahan UPN Veteran Jawa Timur.
- Sukari, A.L., et al. (2013). *Perilaku Konsumtif Siswa SMA Di Daerah Istimewa Yogyakarta*. Yogyakarta: Balai Pelestarian Nilai Budaya (BNPB) Yogyakarta.
- Valentina, A. & Istiyani, R. (2013). *Gelombang Globalisasi ala Korea Selatan*. Jurnal Pemikiran Sosiologi, Program Studi S2

Sosiologi, Universitas Gajah Mada. Vol. 2, No. 2. Hlm: 71-86.

Widarti. (2016). *Konformitas dan Fanatisme Remaja Kepada Korean Wave (Studi Kasus pada Komunitas Penggemar Grup Musik CN Blue)*. Jurnal Komunikasi, Program Studi Periklanan, Akademi Komunikasi BSI Jakarta. Vol.7, No.2. Hlm: 12-18.

Wulandari, S. A. (2018). *Perilaku Konsumtif Peserta Didik Penggemar K-Pop di SMA Negeri 1 Surakarta*. Jurnal Skripsi. Pendidikan Sosiolo Antropologi, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret.

Yusuf, S. (2014). *Psikologi Perkembangan Anak & Remaja*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya