

KEPERCAYAAN DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA WANITA KARIR

by N N

Submission date: 21-Jul-2021 08:21AM (UTC+0700)

Submission ID: 1622159599

File name: Psikologi_mutmainah_1511700136.pdf (1.12M)

Word count: 950

Character count: 6128

KEPERCAYAAN DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA WANITA KARIR

Mutmainah¹,

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya 60118.

Rr. Amanda Pasca Rini²,

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya 60118.

Bawinda Sri Lestari³

Fakultas Psikologi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Jl. Semolowaru No.45 Surabaya 60118.

E-mail : muuttmainah0@gmail.com

Abstract. *This research intend to find the relationship between self- confidence and conformity with consumptive behavior in career womens. The subjects of this study were career women who had worked on area Dharmahusada the city of Surabaya as many as 200 subjects. The result was conducted by distributing questionnaires with non-probability sampling. The correlation technique used to find the relationship between the variables of self-esteem, conformity and consumptive behavior is the Multiple Linear Regression technique with parametric statistics. The results of the study prove that (1) there is a significant relationship between self-confidence and conformity with consumptive behavior in career women ($R_{xy} = 0.439$, $R^2 = 0.192$, $p = 0.004$); (2) there is negative relationship and significant contribution between self-confidence and consumptive behavior in career women ($\beta = -0.625$, $t = -0.169$, $p = 0.048$); (3) there is a positive and significant relationship conformity and consumptive behavior in career women ($\beta = 0.646$, $t = 2.767$, $p = 0.008$). This shows that the second hypothesis is rejected and the first and third hypotheses are accepted.*

Keywords: *self confidence and conformity, consumptive behavior, career women.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan hubungan kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada wanita karir. Responden penelitian ini adalah wanita karir yang sudah bekerja di daerah Dharmahusada kota Surabaya sebanyak 200 subjek. Penelitian dilakukan dengan penyebaran angket dengan *nonprobability sampling* pada. Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel kepercayaan diri, konformitas dan perilaku konsumtif adalah teknik *Regresi Linear Berganda (Mutiple)* dengan parametrik statistik. Hasil penelitian membuktikan (1) Ada hubungan signifikan antara kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada wanita karir ($R_{xy} = 0,439$, $R^2 = 0,192$, $p = 0.004$); (2) Ada hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada wanita karir pada taraf signifikan ($\beta = -0.625$, $t = -0,169$, $p = 0.048$); (3) ada hubungan *positive* dan signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada wanita karir ($\beta = 0.646$, $t = 2.767$, $p = 0.008$). Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang kedua ditolak dan hipotesis yang pertama dan ketiga diterima.

Kata Kunci: kepercayaan diri dan konformitas, perilaku konsumtif, wanita karir.

PENDAHULUAN

Perilaku Konsumtif banyak terjadi pada berbagai status sosial masyarakat dan tidak hanya terjadi di remaja namun bisa terjadi pula di orang dewasa. Diantaranya

status sosial juga berperan terhadap terjadinya perilaku konsumtif adalah Wanita karir. Wanita karir di definisikan sebagai wanita pekerja dengan menekuni sesuatu pekerjaan dengan kemampuan dan keahlian yang dimilikinya agar tercapai suatu kemajuan

dalam kehidupannya. Ketika menjalankan pekerjaan, wanita karir sering kali dipengaruhi oleh keadaan kantornya antar divisi maupun lingkungan sosialnya. Karena lingkungan kerap kali menuntut wanita karir untuk berperilaku konsumtif seperti berdandan, bergaya pakaian atau tas terbaru yang lagi *trending*, dan melakukan liburan setiap *weekend*, hal ini dilakukan guna untuk menunjang kepercayaan diri wanita karir dan diterima di lingkungan kerja.

Berdasarkan artikel dari CNN pada tahun 2014 menyebutkan, Tokopedia telah merilis data yang menunjukkan 66.28% dari 5,3 juta barang yang terjual dibeli oleh wanita. Dari paparan tersebut, terdapat 46,33% pembelanja wanita berusia 20 hingga 29 tahun dan Survei Shopback tahun 2016 terhadap 2.734 responden Indonesia menemukan bahwa wanita berusia 19-30 yang masuk dalam kategori generasi milenial merupakan konsumen berbelanja terbesar (46,6 persen).

Penelitian yang dilakukan oleh (Riana, 2019) menyebutkan bahwa terdapat 39,9% perilaku konsumtif pada wanita karir. Senada dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani (Scolastica, 2013) terungkap survei yang dilakukan oleh salah satu majalah *fashion* di jejaring sosial *twitter* menyatakan bahwa 72% wanita suka sekali berbelanja. Penelitian yang dilakukan oleh (Hayani dkk, 2020) menyatakan bahwa Perilaku Konsumtif Wanita Karir di Kota Pekanbaru, persentasenya adalah 56,3%.

menurut Sumartono (2002) adalah tindakan menggunakan suatu produk secara tidak tuntas yang artinya bahwa belum habis suatu produk dipakai, seseorang telah menggunakan produk jenis yang sama dari merek yang lain atau membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak yang menggunakan produk tersebut.

Dampak dari perilaku konsumtif, individu akan memenuhi kebutuhannya dengan segala cara yang tidak baik seperti melakukan tindakan kriminal seperti pencurian, korupsi, dan lain-lain (Mayasari dan Naomi, 2008). bagi wanita karir, fenomena ini dikhawatirkan dapat menjadi masalah psikologis yang serius ketika perilaku konsumtif ini menyebabkan besarnya pengeluaran daripada pendapatan yang wanita karir dapatkan dari *salary*nya setiap bulan. Salah satu akibatnya adalah tagihan kartu kredit membengkak ataupun mengandalkan subsidi dari kekasihnya, melakukan peminjaman ke orang sekitar atau teman terdekat, tagihan dari aplikasi peminjaman online yang tidak hanya satu dan bunga yang cukup besar sehingga kadang pula keluarga wanita karir yang harus membayar tagihan yang telah wanita karir lakukan atau kadang wanita karir lari hingga keluar kota atau menghilangkan jejak dari lingkungan sekitarnya, adapula yang mengadaikan barang atau surat kepemilikannya seperti bpkb motor, mobil ke tempat pegadaian.

Penelitian yang dilakukan oleh (Patricia & Handayani, 2014) menyatakan Kecenderungan perilaku konsumtif dipengaruhi oleh beberapa faktor yang dapat dibedakan menjadi dua faktor, yaitu faktor eksternal dan faktor internal (Engel, Blackwell & Miniard, 1995; Kotler, 2006). Salah satu faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumtif adalah kepercayaan ini dan salah satu faktor eksternal adalah konformitas. Hal ini didukung oleh Penelitian yang dilakukan Dunning (2007) yang mengungkapkan bahwa konsumen cenderung membeli sesuatu yang tidak sesuai dengan kebutuhannya untuk menunjang penampilan agar tampil percaya diri. Jika rasa percaya diri individu tinggi maka perilaku konsumtifnya rendah, begitu pula sebaliknya. Individu yang memiliki rasa percaya diri rendah maka perilaku

konsumtifnya tinggi. Hal ini diartikan bahwa kepercayaan diri dapat mempengaruhi seseorang dalam berperilaku konsumtif.

Konformitas juga di duga mempunyai peran penting terhadap terjadinya perilaku konsumtif. Wanita karir cenderung mengeluarkan uang lebih untuk menunjang penampilannya dengan membeli barang-barang yang selalu baru dan bermerk serta sama dengan anggota divisi kantor atau lingkungan kantornya. Hal ini dilakukan agar dapat diterima oleh rekan-rekannya dan mendapat pengakuan atas dirinya di lingkungan sosialnya baik di lingkungan kerja, maupun di lingkungan arisannya dan komunitasnya, perilaku ini disebut dengan konformitas.

Berdasarkan psikologi sosial dengan disonansi kognitif menurut Leon Festinger (1957) menyatakan bahwa kognitif menunjuk pada setiap bentuk pengetahuan, opini, keyakinan atau perasaan mengenai diri seseorang atau lingkungan seseorang. Elemen-elemen kognitif ini berhubungan dengan hal-hal nyata atau pengalaman sehari-hari di lingkungan dan hal-hal yang terdapat dalam dunia psikologis seseorang. Hal ini berhubungan dengan kelompok divisi wanita karir yang berinteraksi secara reguler sebagai tim dalam lingkungan bekerja, ketika leader maupun teman sebaya melakukan pembelian dan menunjukan kepada lingkungan kerja tentang apa yang dimiliki yaitu barang yang *branded* atau yang lagi *trend* walaupun dengan harga yang tidak murah, pemikiran wanita karir secara tidak langsung akan mengikutinya untuk membeli barang yang *branded* dengan harga yang meskipun cukup mahal untuk dianggap sama dengan divisi atau pemimpinnya sehingga terjadinya konformitas yang kohensiv terhadap kelompok atau divisi kantornya.

Berdasarkan pengamatan peneliti di dalam pergaulan di lingkungan kerja terdapat

suatu sistem bergaul yang berkelompok setiap divisi kerja. Wanita karir sering mengikuti gaya bergaul sesuai dengan tingkat jabatan antar divisi kerja wanita karir di masing-masing kelompoknya. Bahkan di dalam kelompoknya pun wanita karir berlomba memberikan penampilan yang dilihat untuk takaran status sosial wanita karir sendiri di rekan kerjanya. Hal ini tentu membuat memengaruhi rekan-rekannya berusaha mencoba melakukan yang sama sehingga wanita karir yakin sama dengan rekan-rekannya diterima di kelompoknya sehingga membuat wanita karir mengulangi perilaku konsumtif karena juga menumbuhkan tingkat kepercayaan diri pada wanita karir. Faktor penyebab wanita karir melakukan konsumsi yang berlebihan.

kutipan sebelumnya menerangkan bahwa perilaku konsumtif wanita karir dalam berperilaku konsumtif barang dan jasa dengan berlebihan terus meningkat, berperilaku bergaya mengikuti *trend* karena wanita berorientasi pada diri sendiri sehingga mengalami krisis percaya diri atau konsep diri yang negatif. Hal ini dapat mengungkapkan bahwa ada hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas terhadap perilaku konsumtif pada wanita karir. Selain perilaku konsumtif pada wanita karir, hal tersebut dilakukan dalam rangka menunjang penampilan diri, untuk lebih dihormati, lebih percaya diri yang terkait dengan penyesuaian diri pada lingkungan kerja, wanita karir juga rela berperilaku konsumtif demi kepentingan pribadi untuk diterima oleh rekan-rekan wanita karir.

Hipotesis pertama di penelitian ini adalah ada hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada wanita karir, hipotesis kedua terdapat hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif pada wanita karir, hipotesis ketiga adalah terdapat hubungan yang positif antara konformitas dengan

perilaku konsumtif pada wanita karir.

METODE

Penelitian menggunakan sampel sebanyak 200 responden yang diambil dengan menggunakan tehnik *Non Probability Sampling* menggunakan sampling aksidental (*accidental sampling*) dengan proses penyaringan untuk wanita karir pada remaja akhir hingga dewasa awal dengan usia 19-28 tahun. Pada tahap ini wanita karir memasuki masa dewasa awal dimana perpindahan dari remaja ke dewasa awal pada tahap ini berperan dan tanggung jawab menentukan keinginan yang ada dalam diri secara mandiri dan proses penyesuaian terhadap dirinya.

Skala perilaku konsumtif diperoleh koefisien reliabilitas $p = 0,851$, hasil reliabilitas Alpha Skala Kepercayaan Diri diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,885 dan hasil reliabilitas Alpha Skala konformitas diperoleh koefisien reliabilitas sebesar 0,717, sehingga hasil skala yang diperoleh lebih besar dari batas minimum koefisiensi reliabilitas 0,700.

Hasil uji normalitas menggunakan *koefisien kolmogrov-smirnov test* memiliki sebaran skor yang normal dengan hasil $Z = 0,075$ pada $p = 0,200$ untuk perilaku konsumtif, *koefisien kolmogrov-smirnov test* memiliki sebaran skor yang normal dengan hasil $Z = 0,119$ pada $p = 0,050$ untuk kepercayaan diri dan *koefisien kolmogrov-smirnov test* memiliki sebaran skor yang normal dengan hasil $Z = 0,082$ pada $p = 0,200$ untuk konformitas. Berdasarkan uji linieritas kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif memperoleh $F = 0,854$ dan $p = 0,572$ sehingga *deviation from linearity* $p > 0,05$,

maka dianggap linier. Sedangkan konformitas terhadap perilaku = konsumtif memperoleh $F = 1,281$ dengan $p = 0,263$ sehingga *deviation from linearity* $p > 0,05$ maka dianggap linier. Hasil uji Multikolinieritas perilaku konsumtif dengan kepercayaan diri dan perilaku konsumtif dengan konformitas memperoleh Tolerance = 0,973 dan VIF = 1,028 sehingga $VIF < 10,00$, maka tidak terdapat multikolinieritas dalam model regresi pada kedua hubungan variabel tersebut. Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji *Glejser* dengan nilai signifikan $p > 0,05$. Bahwa untuk kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif tidak memiliki ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dengan memperoleh hasil $p = 0,580$. Uji *Glejser* tidak memiliki ada gejala heteroskedastisitas dalam model regresi dengan memperoleh hasil $p = 0,481$ untuk kepercayaan diri terhadap perilaku konsumtif.

HASIL

Berdasarkan hasil uji analisa model *regresi linier berganda* terhadap variabel kepercayaan diri dan variabel konformitas dengan variabel perilaku konsumtif, antara lain:

a. Hasil Uji Regresi pada Seluruh Sampel Penelitian

berdasarkan hasil pengujian regresi simultan atas variabel-variabel bebas kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif secara bersama sama didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel. 1 Hasil Uji Analisis Regresi Simultan

Hubungan	Rxy	F	R square	p	Keterangan
Kepercayaan Diri (X1), Konformitas Perilaku (X2), konsumtif (Y)	0,439	6,190	0,192	0,004	Sangat Signifikan

Berdasarkan data tabel 1 menunjukkan bahwa antara kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada wanita karir memiliki hubungan yang sangat signifikan dengan $F = 6,190$, $R_{xy} = 0,439$ dan $p = 0,004$. Hal tersebut bermakna hipotesis dalam penelitian ini diterima. Dengan nilai $p = 0,004$ artinya $p < 0,05$ maka hipotesis ini dapat diterima, artinya kepercayaan diri dan konformitas berkorelasi sekaligus menjadi prediktor yang sangat signifikan bagi perilaku

konsumtif. Besarnya sumbangan efektif kedua variabel bebas tercermin dalam harga koefisien R square sebesar 0,192, yang artinya kedua variabel yaitu kepercayaan diri dan konformitas menentukan perilaku konsumtif sebesar 19% dan 81% bisa dipengaruhi variabel lain untuk perilaku konsumtif. Kemudian dari hasil analisis regresi secara parsial dapat diketahui sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Analisis Regresi Parsial

Regresi	t	p	Keterangan
Kepercayaan Diri (X1), Perilaku konsumtif (Y)	-1,690	0,097/2 = 0,048	Signifikan
Konformitas (X2), Perilaku konsumtif (Y)	2,767	0,008	Sangat Signifikan

Berdasarkan kaidah dan tabel hasil uji regresi di atas, hipotesis Kepercayaan Diri (X1) dengan Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh untuk $t = -1,690$ pada taraf signifikansi (p) = 0,097 ($p < 0,05$), Data yang didapat berupa 2-tailed maka hasil (p) dari kepercayaan diri di bagi dua dengan hasil nilai 0,048. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat korelasi atau hubungan dengan signifikan negatif antara kepercayaan diri dengan Perilaku Konsumtif. Hal tersebut berarti semakin rendah kepercayaan diri seseorang maka makin tinggi pula perilaku konsumtifnya.

Sebaliknya, semakin tinggi kepercayaan diri seseorang maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Hal ini

menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Hipotesis Konformitas (X2) dengan Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh untuk $t = 2,767$ pada taraf signifikansi (p) = 0,008 ($p < 0,05$). Jadi dapat dikatakan ada korelasi atau hubungan dengan sangat signifikan positif pada Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif. Hal tersebut berarti semakin seseorang memiliki Konformitas yang tinggi maka semakin besar pula untuk berperilaku konsumtif, Sebaliknya jika konformitas yang rendah maka makin rendah perilaku konsumtifnya. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis yang diajukan diterima. Untuk mengetahui berapa persen setiap variabel mempengaruhi perilaku konsumtif dengan melakukan perhitungan SE dan SR.

Tabel 3. Hasil SE dan SR

Variabel	Pearson correlation	Beta
Kepercayaan Diri, Perilaku Konsumtif	-0,271	-0,214
Konformitas, Perilaku Konsumtif	0,385	0,350

Diketahui bahwa variabel kepercayaan diri dengan nilai Beta -0,214 dan pearson correlation senilai -0,271 dengan perhitungan SE dan SR diketahui bahwa kepercayaan diri mempengaruhi perilaku konsumtif sebesar 6% sedangkan untuk variabel konformitas dengan nilai beta -0,214 dan pearson correlation -0,271 dengan perhitungan SE dan SR diketahui pula bahwa konformitas mempengaruhi kepercayaan diri sebesar 13%.

PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil analisis data menggunakan analisis *Parametrik Regresi Linier Berganda* menyatakan ada korelasi variabel Kepercayaan Diri (X_1) dan Konformitas (X_2) terhadap perilaku Konsumtif (Y) dengan memperoleh untuk $\rho = 0,004$ pada taraf signifikansi ($p < 0,05$) dan memperoleh r_{xy} sebesar 0,439. Jadi dapat dikatakan adanya hubungan positif antara Kepercayaan Diri dan Konformitas dengan Perilaku Konsumtif. Hal tersebut berarti semakin seseorang memiliki kepercayaan diri dan konformitas secara bersama-sama yang tinggi maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Sebaliknya, seseorang memiliki kepercayaan diri dan konformitas yang rendah maka rendah pula berperilaku konsumtif. Hasil analisis data tersebut membuktikan hipotesis peneliti benar adanya sehingga hipotesis di terima.

1 Hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan diri dan konformitas pada wanita karir mengarah kecenderungan berperilaku konsumtif. Berdasarkan hasil uji persamaan regresi atau *uji regresi simultan* menunjukkan tingkat kepercayaan diri dan

konformitas terhadap perilaku konsumtif pada wanita kerja berada pada level rendah dengan sumbangan Skor R square sebesar 0,192 dapat diartikan Kepercayaan Diri (X) Konformitas (X_2) secara *simultan* memiliki pengaruh sebesar 19% pada Perilaku Konsumtif, adapun 81% dipengaruhi variabel lain, dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri dan konformitas pada wanita karir tidak mengarah pada tingkat perilaku konsumtif yang berlebihan.

Kepercayaan Diri dan Konformitas wanita karir secara berbarengan berpengaruh terhadap Perilaku Konsumtif. Oleh karena itu, Kepercayaan Diri dan Konformitas wanita karir secara berbarengan perlu diperhatikan untuk mengurangi Perilaku Konsumtif. Semakin rendah rasa percaya diri dan semakin tinggi Konformitas yang dimiliki oleh wanita karir maka akan semakin tinggi pula Perilaku Konsumtif.

Tantangan, cobaan dan masalah lebih banyak di masa penyesuaian, dimana wanita karir meniru perilaku apa yang wanita karir lihat, tanpa memikirkan layak atau tidaknya dilakukan dan bagaimana resiko yang timbul dari yang mereka lakukan. Percaya diri merupakan salah satu cara untuk mengatasi permasalahan hidup di saat ini. Kepercayaan diri wanita karir tentunya tidak akan begratung pada ide atau pendapat orang lain, karena percaya diri itu adalah efek dari bagaimana wanita karir merasa, yakin dan tahu.

Kepercayaan diri dimulai dari diri sendiri dan dukungan orang lain. Percaya diri dapat mengubah seseorang yang biasanya tidak berani menghadapi sesuatu, dengan percaya diri seseorang menjadi lebih sungguh

dan mampu menghadapi atau melakukan sesuatu. Seseorang yang memiliki kepercayaan diri rendah atau kehilangan kepercayaan diri memiliki perasaan negatif terhadap dirinya sendiri, memiliki kepercayaan yang lemah terhadap kemampuannya dan memiliki pengetahuan kurang akurat tentang kapasitasnya. Bila dikaitkan dengan praktik kehidupan sehari-hari, wanita karir yang memiliki kepercayaan diri rendah atau sudah kehilangan rasa percaya diri, cenderung melakukan perilaku yang sama dengan orang lain meskipun itu dapat merugikan dirinya sendiri.

Selanjutnya, Berdasarkan kaidah dan tabel hasil *uji regresi parsial* di atas, hipotesis Kepercayaan Diri (X1) dengan Perilaku Konsumtif (Y) diperoleh untuk $t = -1,690$ pada taraf signifikansi ($p = 0,097$ ($p < 0,05$), Data yang didapat berupa 2-tailed maka hasil (p) dari kepercayaan diri di bagi dua dengan hasil nilai 0,048. Jadi dapat dikatakan bahwa korelasi atau hubungan dengan signifikan negatif pada kepercayaan diri terhadap Perilaku Konsumtif. Hal tersebut berarti seseorang yang memiliki kepercayaan diri rendah maka makin tinggi berperilaku konsumtif. Sebaliknya, semakin seseorang memiliki kepercayaan diri yang tinggi maka semakin rendah pula perilaku konsumtifnya. Hasil analisis data tersebut membuktikan hipotesis peneliti benar adanya sehingga hipotesis di terima.

Hipotesis dalam penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan diri dapat membantu wanita karir dalam menurunkan tingkat perilaku konsumtif. Berdasarkan uji deskriptif menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan diri pada wanita karir berada pada tingkat yang tinggi dengan kontribusi 6%, maka dapat dikatakan bahwa kepercayaan diri pada wanita karir akan mempengaruhi tingkat perilaku konsumtif yang dialami sehingga

tidak mengarah pada perilaku konsumtif yang berlebihan.

Menurut Maslow (Alwisol, 2012) percaya diri merupakan modal dasar untuk pengembangan aktualisasi diri. Dengan percaya diri orang akan mampu mengenal dan memahami diri sendiri. Sementara itu, kurangnya percaya diri akan menghambat pengembangan potensi diri. Jadi orang yang kurang percaya diri akan menjadi seseorang yang pesimis dalam menghadapi tantangan, takut dan ragu-ragu untuk menyampaikan gagasan, serta bimbang dalam menentukan pilihan dan sering membanding-bandingkan dirinya dengan orang lain.

Kepercayaan diri yang baik, wanita karir mampu mengendalikan diri untuk tidak menjadi konsumtif. Seperti yang Fatimah (2006) bahwa salah satu ciri seseorang yang memiliki kepercayaan diri adalah memiliki pengendalian diri yang baik (tidak moody dan stabil secara emosional). Namun, ketika wanita karir memiliki konsep diri yang negatif, wanita karir akan kurang percaya diri sehingga tidak bisa mengontrol diri dengan baik dan akhirnya menjadi konsumtif.

Rasa percaya diri yang tinggi akan membuat wanita karir mampu menjadi diri sendiri, percaya diri dan menerima diri apa adanya. Selain itu, wanita karir tidak akan mudah terbujuk oleh iklan yang mengarah pada perilaku konsumtif. Wanita karir yang kurang percaya diri akan menutup diri karena kurang percaya diri dengan kemampuannya sendiri sehingga akan mempengaruhi wanita karir dalam menjalankan pekerjaannya. Dengan rasa percaya diri yang tinggi, diharapkan para wanita karir dapat menentukan arah sikapnya ketika dihadapkan pada pilihan-pilihan membeli barang sehingga tidak mengarah pada perilaku konsumtif yang tentunya dapat berdampak negatif bagi dirinya dan pada perkembangannya.

Hipotesis ketiga penelitian ini membuktikan bahwa ada hubungan variabel Konformitas (X2) terhadap perilaku Konsumtif (Y) dengan memperoleh pada taraf signifikansi (p) = 0,008 ($p < 0,05$) dan memperoleh korelasi sebesar 2,767. Jadi dapat dikatakan ada korelasi positif antara konformitas terhadap perilaku konsumtif. Hal tersebut semakin seseorang memiliki konformitas yang tinggi maka semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya sehingga belum tentu seseorang berperilaku konsumtif. Sebaliknya, seseorang memiliki konformitas yang rendah maka rendah pula berperilaku konsumtif. Hasil analisis data tersebut membuktikan hipotesis peneliti benar adanya sehingga hipotesis di terima.

Berdasarkan psikologi sosial dengan disonansi kognitif menurut Leon Festinger (1957) dimana hal ini berhubungan dengan kelompok divisi wanita karir yang berinteraksi secara reguler sebagai tim dalam lingkungan bekerja, ketika leader maupun teman sebaya melakukan pembelian dan menunjukkan kepada lingkungan kerja tentang apa yang dimiliki yaitu barang yang *branded* atau yang lagi *trend* walaupun dengan harga yang tidak murah, pemikiran wanita karir secara tidak langsung akan mengikutinya untuk membeli barang yang branded dengan harga yang meskipun cukup mahal untuk dianggap sama dengan divisi atau pemimpinnya sehingga terjadinya konformitas yang kohensiv terhadap kelompok atau divisi kantornya.

Mereka tidak henti-hentinya membeli barang-barang mahal yang bisa mempercantik penampilan meski barang-barang yang mereka miliki masih bisa digunakan. Ketaatan mereka untuk berpenampilan sama dengan pola dan harapan kelompok namun justru mendorong mereka untuk melakukan pembelian secara tidak wajar. Kesepakatan selalu ditunjukkan wanita karir terhadap kelompoknya, baik kesepakatan pendapat, maupun untuk berbelanja. Lingkungan dalam kelompok

acuan sangat berpengaruh terhadap perilaku konsumtif. Karena pada wanita karir penampilan secara fisik seperti bentuk tubuh, cara berbusana dan kesenangan berhubungan erat dengan kesan penilaian orang lain. Dalam membelanjakan uangnya wanita karir terkadang dianggap kurang efisien, karena pembelian barang yang dilakukan oleh wanita karir bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan sekunder, tetapi karena keinginan untuk meniru orang lain, mencoba produk baru atau mendapatkan pengakuan sosial. Upaya yang telah dilakukan oleh wanita karir untuk selalu menyesuaikan diri dengan kelompoknya ternyata mendorong wanita karir untuk memiliki tingkat perilaku konsumtif yang tinggi, semakin tinggi konformitas dalam kelompoknya maka semakin tinggi pula perilaku konsumtif. Sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Artledia (2009) bahwa salah satu faktor psikologis yang berperan dalam pembentukan perilaku membeli adalah tingkat konformitas. Semakin konformitas wanita karir terhadap kelompoknya, maka semakin mudah terpengaruh berperilaku konsumtif.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis data menggunakan analisis *Parametrik Regresi Linier Berganda*, dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada wanita karir. Hasil analisis *Uji Regresi Parsial* menunjukkan bahwa terdapat hubungan negatif antara kepercayaan diri dengan perilaku konsumtif dan terdapat hubungan negatif antara konformitas dengan perilaku konsumtif. Hal ini menyatakan kepercayaan diri dan konformitas dapat mempengaruhi perilaku konsumtif pada wanita karir dalam kategori rendah dengan mean empiris yang di peroleh 55,25. Maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan diri yang tinggi dapat

meningkatkan tingkat konformitas agar tidak mengarah pada perilaku konsumtif yang lebih tinggi. Selain itu perilaku konsumtif pada wanita karir tidak terlepas dari pengaruh kelompok dan lingkungan kerja dalam menggunakan barang dan mendukung penampilan diri dalam bekerja terkait dengan kepercayaan diri. Keinginan untuk diterima dan di akui oleh kelompok atau lingkungan kerja secara tidak langsung wanita karir menjadi kurang percaya diri. Seorang wanita karir yang memiliki kepercayaan diri yang minim akan terus memakai barang yang memiliki makna menarik atau *branded* untuk membuatnya lebih percaya diri. Penting untuk memiliki kepercayaan diri yang baik untuk dapat mengontrol hubungan dengan rekan-rekan atau mengontrol tingkat konformitas terhadap kelompok untuk mengontrol perilaku konsumtif wanita karir.

SARAN

Bagi subyek penelitian tetap meningkatkan rasa kepercayaan diri, diharapkan subjek lebih selektif dalam membeli atau kebutuhan yang mendesak, jika tidak selektif maka akan terjadi peningkatan perilaku konsumtif.

Bagi peneliti selanjutnya, perlu dilanjutkan penelitian dengan meneliti sampling lain dan variabel lain yang mempengaruhi perilaku konsumtif seseorang dengan metode penelitian dan alat pengumpulan data yang terbaru agar hasil yang diperoleh lebih optimal. Peneliti selanjutnya perlu memikirkan bagaimana cara mengurangi perilaku konsumtif dengan baik agar tidak semakin meningkat perilaku konsumtif pada subyek.

DAFTAR PUSTAKA

Aji dkk. (2012). Hubungan antara kepercayaan diri dan konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Psikostudia*

Universitas Mulawarman, 1(1).

Amelia, D. (2019). *Pengaruh big-five personality , konformitas, dan faktor demografi terhadap perilaku pembelian impulsif dalam berbelanja online pada wanita.* Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *GADJAH MADA JOURNAL OF PSYCHOLOGY, 3(3)*, 131–140.

Anshorullah. (2010). *Wanita Karier Dalam Pandangan Islam* (pertama). CV. Mitra Media Pustaka,.

Aulia, R., & Hasanah, N. (2020). UBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN MOTIVASI BERPRESTASI KELAS VII MTS BUDAYA LANGKAT TAHUN PELAJARAN 2019/2020. *Serunai Bimbingan Dan Konseling, 9(1)*, 22–26.

Fitria, E. M. (2015). DAMPAK ONLINE SHOP DI INSTAGRAM DALAM SHOPAHOLIC DI SAMARINDA. *Lmu Komunikasi, 1(3)*.

Fitriyani, N., Widodo, P. B., & Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di genuk indah semarang. *Jurnal Psikologi Undip, 12(1)*, 55–68.

Jayanti, S. (2003). *Wanita, Karier, dan Keluarga.*
<http://www.balipos.com/balipostcetak/2006/6/16/b7.htm>

Lovihan, M. A. K., & Kaunang, R. O. W. (2010). PERBEDAAN PERILAKU ASERTIF PADA WANITA KARIR YANG SUDAH MENIKAH DENGAN YANG BELUM MENIKAH DI

- MINAHASA. *Inovasi*, 7(4), 240–250.
- Meiyuntari, E. S. dan T. (2015). Konsep Diri, Konformitas dan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Persona, Jurnal Psikologi Indonesia*, 4(02), 145–152.
- Miranda, S. (2017). PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINE SHOPPING FASHION TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU. *JOM FISIP*, 4(1), 1–15.
- Ningsih, R. A. A. S., & Bawono, Y. (2016). Hubungan Antara Perilaku Konsumtif Pada Produk X Dengan Citra Diri Remaja Putri. *Jurnal Mediasi*, 2(1), 45–50.
- Patricia, N. L., & Handayani, S. (2014). PENGARUH GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA PRAMUGARI MASKAPAI PENERBANGAN “ X .” *Jurnal Psikologi*, 12(1), 10–17.
- Riana, I. (2019). *PENGARUH LITERASI KEUANGAN, GAYA HIDUP, DAN LINGKUNGAN SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA WANITA KARIR DI LINGKUNGAN PEMERINTAH DAERAH KABUPATEN BENGKALIS*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU.
- Rombe, S. (2013). HUBUNGAN BODY IMAGE DAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA REMAJA PUTRI DI SMA NEGERI 5 SAMARINDA. *Psikoborneo*, 1(4), 228–236.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (J. Sarwono (ed.); Edisi Pert). graha ilmu.
- Vatmawati, S. (n.d.). *Hubungan Konformitas Siswa Dengan Pengambilan Keputusan Karir*. 6(1).
- Wulandari, E. (2019). *HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU*. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Hardjo, S. (2014). *KONFORMITAS REMAJA PUTRI TERHADAP PERILAKU KONSUMEN*. Universitas Medan Area.
- Istiana & Ainun, N. *HUBUNGAN KEPERCAYAAN DIRI DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWI FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL UIN SUSKA RIAU*. Universitas Medan Area. *Psikologi Prima*, Vol 1, No 2 November 2018
- Haryani, I., & Herwanto, J. (n.d.). Hubungan Konformitas dan Kontrol Diri Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Produk Kosmetik pada Mahasiswi. *Psikologi*, 11(1), 5–11.
- Miranda, S. (2017). PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA ONLINE SHOPPING FASHION TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MAHASISWI FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS RIAU. *JOM FISIP*, 4(1), 1–15.
- Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (J. Sarwono (ed.); Edisi Pert). graha ilmu.
- Hayani, N. & Ikkal. Pengaruh Instagram Sebagai *Social Media Marketing* Terhadap Perilaku Konsumtif Wanita Karir Di Kota

Pekanbaru. MBIA, Vol. 19, No. 1, April 2020.

Rahmadani.F. (2019). Hubungan Konformitas dan Harga Diri Dengan Motif Pembelian Tas Bermerek Pada Wanita Karir. MBIA, *Psikoborneo, Vol 7, No 1, 2019: 156-163*

3

Azwar, S. (2003) *Realibilitas dan Validitas.*

Yogyakarta: Pustaka Belajar

Azwar, S. (2012) *Penyusunan Skala Psikologi.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar

KEPERCAYAAN DIRI DAN KONFORMITAS DENGAN PERILAKU KONSUMTIF PADA WANITA KARIR

ORIGINALITY REPORT

10%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

0%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	e-journals.unmul.ac.id Internet Source	4%
2	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	4%
3	text-id.123dok.com Internet Source	2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On