

## Hubungan Antara Konformitas dengan Perilaku Konsumtif Memodifikasi Motor Pada Remaja Anggota Komunitas Motor Custom di Kota Padang

Sugianto, Rinaldi  
Universitas Negeri Padang  
Email: Giansgt24@gmail.com, Rinaldi@gmail.com

### Abstract

The relationship between conformity and consumptive behavior modifying motorbikes in adolescent members of the custom motorbike community in the city of Padang. This study aims to determine the relationship between conformity and consumptive behavior in adolescent members of the custom motorbike community in Padang City. This study uses a quantitative method with a correlational quantitative design. Subjects in this study were 152 adolescents aged 18 years and over who had graduated from high school who joined the custom motorbike community. The sampling technique was using purposive sampling technique. The data collection method in this study used a conformity scale and a scale of consumptive behavior. The data is processed using product moment correlation. The results of the hypothesis test obtained  $r = 0.417$  and  $p = 0.00 (<0.05)$ . This shows that there is a significant positive relationship between conformity and consumptive behavior among adolescent members of the custom motorcycle community in Padang City.

**Keywords:** Conformity, Consumptive Behavior, Adolescents.

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja anggota komunitas motor *custom* di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan desain kuantitatif korelasional. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 152 orang remaja berusia 18 tahun ke atas yang telah lulus SMA yang bergabung dalam komunitas motor *custom*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode pengambilan data dalam penelitian ini menggunakan skala konformitas dan skala perilaku konsumtif. Data diolah menggunakan korelasi *product moment*. Hasil dari uji hipotesis diperoleh  $r = 0,417$  dan  $p = 0,00 (<0,05)$ . Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja anggota komunitas motor *custom* di Kota Padang.

**Kata Kunci:** Konformitas, Perilaku Konsumtif, Remaja.

### PENDAHULUAN

Setiap individu mengalami pertumbuhan dan perkembangan dari masa anak-anak menuju dewasa. Salah satu fase penting pertumbuhan ini pubertas. Remaja merupakan suatu fase perkembangan antara masa kanak-kanak dan masa dewasa, berlangsung antara usia 12 sampai 21 tahun. Masa remaja juga disebut sebagai periode perubahan, tingkat perubahan dalam sikap dan perilaku selama masa remaja sejajar dengan perubahan fisik (Hurlock, 2004). Masa remaja mempunyai ciri-ciri tertentu yang membedakan dengan periode sebelum dan sesudahnya. Putro (2017) menyatakan ciri-ciri tertentu yaitu masa remaja sebagai periode yang penting, masa remaja sebagai periode peralihan, masa remaja sebagai periode bermasalah, masa remaja sebagai masa pencarian identitas, masa remaja sebagai usia yang menimbulkan ketakutan dan masa remaja sebagai peralihan masa dewasa. Selain itu masa remaja ditandai dengan beberapa perubahan salah satunya adalah perubahan emosional yang dipengaruhi oleh perubahan fisik pada remaja. Pada usia remaja,

individu menghadapi tuntutan dan tekanan (*storm and stress*). Remaja diharapkan tidak lagi berperilaku seperti anak-anak, mandiri serta lebih bertanggung jawab terhadap dirinya sendiri.

Menurut Kumalasarani & Ahyani, (2012), Dalam menjalani masa remaja, individu akan melewati berbagai permasalahan sebagai proses untuk menuju kedewasaan. Remaja yang ingin menemukan identitas dirinya seharusnya mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan agar dapat berinteraksi dengan lingkungan sekitar dengan seimbang. Menurut Simamora (2012) komunitas adalah kelompok yang terdiri dari orang-orang yang tinggal di suatu wilayah atau kebudayaan dan gaya hidup yang sama serta secara kolektif bertindak untuk mencapai tujuan. Berdasarkan penjelasan di atas didapatkan kesimpulan bahwa dalam interaksinya dengan lingkungan, remaja cenderung mencari kelompok yang memiliki ketertarikan yang sama dengan dirinya, salah satunya adalah dengan bergabung dengan komunitas yang memiliki kesukaan yang sama. Menurut Sumartono (2002), Perilaku konsumtif adalah perilaku membeli barang tanpa pertimbangan rasional atau bukan atas dasar kebutuhan. Jadi, perilaku modifikasi dapat disebut juga sebagai perilaku konsumtif. Perilaku konsumtif memodifikasi motor merupakan perilaku konsumen yang dilakukan hanya demi keinginan semata tanpa adanya pertimbangan rasional untuk melakukan perubahan penampilan pada motor baik interior maupun eksterior. Baron & Byrne (2005) menjelaskan, bahwa konformitas mempengaruhi individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial yang ada, dengan kata lain konformitas adalah dimana individu tersebut menyamakan tingkah lakunya dengan kelompok sosial karena adanya tuntutan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan diri (Damayanti, 2014).

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan desain penelitian korelasional. Metode kuantitatif adalah sebuah metode penelitian untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan mengumpulkan data melalui instrumen-instrumen yang bersifat statistik dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013). Populasi dalam penelitian ini disesuaikan dengan fenomena yang akan diteliti yaitu remaja anggota komunitas *motor custom* di Kota Padang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel penelitian dengan memperhatikan beberapa kriteria tertentu. Oleh karena itu, peneliti menggunakan sampel remaja berusia 18 tahun ke atas (telah lulus SMA) yang bergabung dalam komunitas *motor custom* dan melakukan pembelian alat-alat motor tanpa mempertimbangkan kebutuhan mereka, dimana remaja anggota komunitas ini belum memiliki pekerjaan tetap atau masih duduk di bangku kuliah.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert, yaitu skala konformitas dan perilaku konsumtif. Koefisien validitas pengukuran pada penelitian ini dapat dilihat berdasarkan koefisien korelasi total aitem (*corrected aitem total correlation*) dengan batas minimum koefisien korelasi sudah dianggap memuaskan jika nilai  $r=0,30$  (Azwar, 2012). Koefisien reliabilitas pada skala konformitas adalah 0,968 dan skala perilaku konsumtif adalah 0,944. Azwar (2012) mengatakan bahwa nilai *Alpha Cronbach's* dianggap memuaskan apabila koefisiennya mendekati.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil rangkuman tabel di atas, dapat diketahui rerata hipotetik dan rerata empiris dari masing-masing variabel, yaitu dari variabel konformitas dan perilaku konsumtif. Rerata empiris dari variabel konformitas lebih besar daripada rerata hipotetiknya yaitu sebesar 100 berbanding 101,57. Hal ini menunjukkan bahwa skor rerata empiris subjek penelitian lebih besar daripada skor rerata hipotetik penelitian. Skor rerata empiris dari variabel perilaku konsumtif juga lebih besar daripada skor rerata hipotetiknya yaitu sebesar 90 berbanding 92,62. Hal ini juga menunjukkan bahwa skor rerata empiris subjek penelitian lebih besar daripada skor rerata hipotetik penelitian. Berdasarkan hasil pengolahan data konformitas dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 1. Pengkategorian Subjek Berdasarkan Aspek Konformitas (N=152)**

Aspek	Skor	Kategori	Subjek	
			F	Persentase (%)
Pengaruh sosial normative	$65 < X$	Sangat Tinggi	5	3,28
	<b><math>55 &lt; X \leq 65</math></b>	<b>Tinggi</b>	<b>71</b>	<b>46,7</b>
	$45 < X \leq 55$	Sedang	46	30,2
	$35 < X \leq 45$	Rendah	9	5,92
	$X \leq 35$	Sangat Rendah	21	13,9
<b>Total</b>			<b>152</b>	<b>100</b>
Pengaruh sosial informative	$65 < X$	Sangat Tinggi	5	3,28
	<b><math>55 &lt; X \leq 65</math></b>	<b>Tinggi</b>	<b>90</b>	<b>59,21</b>
	$45 < X \leq 55$	Sedang	33	21,71
	$35 < X \leq 45$	Rendah	22	14,48
	$X \leq 35$	Sangat Rendah	2	1,32
<b>Total</b>			<b>152</b>	<b>100</b>

Pada tabel 1, dapat dilihat subjek paling tinggi sebanyak 95 orang dengan presentase 62,5% berada di kategori tinggi. Subjek yang lebih rendah sebanyak 42 orang dengan presentase 27,63% berada di kategori sedang. Beberapa subjek sebanyak 14 orang dengan presentase 9,21% di kategori rendah lalu seorang subjek di kategori sangat tinggi sebanyak 1 orang dengan presentase 0,66%. kemudian tidak ada subjek di kategori sangat rendah. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan subjek dalam penelitian ini cenderung memiliki konformitas yang tinggi dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan aspek dalam variabel perilaku konsumtif rata-rata empiris lebih tinggi daripada rata-rata hipotetiknya. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum subjek dalam penelitian ini memiliki perilaku konsumtif yang tinggi pada masing-masing aspek. Berdasarkan hasil pengolahan data perilaku konsumtif diperoleh sebagai berikut berdasarkan kategori:

**Tabel 2. Pengkategorian Subjek Berdasarkan Aspek Perilaku Konsumtif (N=152)**

Aspek	Skor	Kategori	Subjek	
			F	Persentase (%)
Pembelian impulsif	$39 < X$	Sangat Tinggi	5	3,28
	<b><math>33 &lt; X \leq 39</math></b>	<b>Tinggi</b>	<b>63</b>	<b>41,44</b>
	$27 < X \leq 33$	Sedang	42	27,64
	$21 < X \leq 27$	Rendah	26	17,11
	$X \leq 21$	Sangat Rendah	16	10,53
<b>Total</b>			<b>152</b>	<b>100</b>
Pemborosan	$39 < X$	Sangat Tinggi	4	2,63
	<b><math>33 &lt; X \leq 39</math></b>	<b>Tinggi</b>	<b>67</b>	<b>44,07</b>
	$27 < X \leq 33$	Sedang	41	26,97
	$21 < X \leq 27$	Rendah	32	21,06
	$X \leq 21$	Sangat Rendah	8	5,27
<b>Total</b>			<b>152</b>	<b>100</b>
Mencari Kesenangan	$39 < X$	Sangat Tinggi	8	5,27
	<b><math>33 &lt; X \leq 39</math></b>	<b>Tinggi</b>	<b>65</b>	<b>42,76</b>

$27 < X \leq 33$	Sedang	53	34,86
$21 < X \leq 27$	Rendah	22	14,47
$X \leq 21$	Sangat Rendah	4	2,64
<b>Total</b>		<b>152</b>	<b>100</b>

Pada table 2, dapat dilihat bahwa subjek paling tinggi sebanyak 62 orang (40,79%) berada pada kategori tinggi. Subjek lebih rendah sebanyak 49 orang (32,23%) berada kategori sedang. Beberapa subjek sebanyak 23 orang (15,13%) berada di kategori rendah. Lalu beberapa subjek sebanyak 10 orang (6,58%) berada di kategorisangat rendah dan subjek paling sedikit sebanyak 8 orang (5,26%) berada di kategori sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum subjek dalam penelitian ini memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.

Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan metode *One Sample Kolmogorov Smirnov Test*. Skala konformitas memperoleh nilai  $K-SZ = 2,582$  dengan  $p = 0,324$  ( $p > 0,05$ ) dan skala perilaku konsumtif memperoleh nilai  $K-SZ = 2,319$  dengan  $p = 0,429$  ( $p > 0,05$ ). Jadi kedua variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji linearitas pada penelitian ini menggunakan *F-linearity*. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh nilai linearitas pada konformitas dan perilaku konsumtif adalah sebesar  $F = 37.004$  yang memiliki  $p = 0,000$  ( $p < 0,05$ ) dengan demikian dapat diartikan bahwa asumsi linear dalam penelitian ini terpenuhi. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini teknik analisis data *Product Moment* dari Pearson. Hasil korelasi didapatkan nilai koefisien korelasi  $r = 0,417$  dengan signifikansi  $p = 0,00 < 0,05$  yang menandakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif memodifikasi motor pada remaja anggota komunitas motor *custom* di Kota Padang. Hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa didapatkan mayoritas subjek penelitian ini memiliki konformitas dalam kategori tinggi. Menurut Zebua dan Nurdjayadi (2001) konformitas adalah suatu tuntutan yang tidak tertulis dari kelompok teman sebaya terhadap anggotanya tetapi memiliki pengaruh yang kuat dan dapat menyebabkan munculnya perilaku-perilaku tertentu pada anggota kelompok (Fitriyanti, Widodo, & Fauziyah, 2013).

Pernyataan ini sejalan dengan Myers (2012) yang menyatakan bahwa konformitas adalah perubahan dalam perilaku atau *belief* sebagai hasil dari tekanan kelompok yang nyata atau hanya berdasarkan imajinasi (Putri & Indrawati, 2016). Menurut Dacey & Kenny konformitas dalam kelompok tidak selalu bersifat positif. Adanya keinginan untuk diterima dan diakui oleh kelompok ternyata cukup kuat untuk mendorong seseorang melakukan hal yang negatif. Konformitas membuat remaja percaya pada apa yang dilakukan oleh kelompok dan membuat remaja bergantung pada teman-temannya (Fitriyanti, Widodo, & Fauziyah, 2013).

Berdasarkan aspek dari konformitas, sebagian besar subjek dalam penelitian ini berada dalam kategori tinggi. Menurut Baron dan Byrne (2005) individu yang memiliki rasa keinginan untuk disukai orang lain serta berusaha menyesuaikan diri dengan kelompok yang disukai agar memperoleh bentuk penerimaan dan terhindar dari penolakan. Hal ini juga dikenal sebagai pengaruh sosial normatif. Kemudian, Baron dan Byrne (2005) juga menjelaskan bahwa individu yang yakin terhadap perilaku seseorang serta informasi yang didapatkan dari kelompok untuk menjadi benar dan memiliki persepsi yang tepat akan dunia dikenal sebagai pengaruh sosial informatif.

Konformitas mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan remaja seperti pilihan terhadap aktivitas sekolah atau sosial yang akan diikuti, penampilan, bahasa yang digunakan, sikap dan nilai-nilai yang dianut. Melakukan konformitas pada remaja umumnya terdiri atas keinginan untuk dilibatkan di dalam dunia teman sebaya, seperti berpakaian seperti teman-teman dan keinginan untuk meluangkan waktu dengan anggotanya (Santrock, 2002:46). Menurut Hurlock (1999:213), karena remaja lebih banyak berada di luar rumah bersama dengan teman-teman sebaya sebagai kelompok, maka dapatlah dimengerti bahwa

pengaruh teman-teman sebaya pada sikap, pembicaraan, minat, penampilan dan perilaku terkadang lebih besar daripada pengaruh keluarga. Kebanyakan remaja berharap menjadi anggota kelompok acuan dan menolak terlihat berbeda. Ketika pendapat remaja berbeda dengan pendapat kelompok maka kemungkinan ia akan merasa tertekan dan berusaha mengubah pendapatnya untuk melakukan konformitas dengan pendapat kelompok tersebut. Penyesuaian diri dengan norma yang ada dalam kelompok tanpa pemikiran yang mandiri disebut sebagai konformitas (Sarwono, 1995:206).

Remaja merupakan sasaran pasar yang harus diperhatikan antara lain remaja bisa dipandang sebagai konsumen langsung, karena sejumlah uang yang dapat membeli kebutuhan sehari-hari. Pernyataan tersebut menandakan bahwa remaja mempunyai kecenderungan perilaku konsumtif seperti yang dikemukakan Kartono (1990) bahwa pada masa remaja menjadi besarlah minat terhadap penampilan dirinya.

Lingkungan dalam kelompok acuan sangat berpengaruh dalam berperilaku konsumtif. Masa remaja penampilan secara fisik seperti bentuk tubuh, cara berpenampilan, kendaraan yang digunakan dan kesenangan erat kaitannya dengan kesan penilaian orang lain. Dalam menggunakan uangnya kadangkala remaja dinilai kurang efisien, karena pembelian barang yang dilakukan oleh remaja bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan semata, tetapi karena keinginan untuk meniru orang lain, mencoba produk baru atau memperoleh pengakuan sosial. Produk-produk yang dipandang sebagai lambang atau simbol status dikalangan remaja sangat mempengaruhi kebutuhan dan perilaku hidup mereka.

Hasil penelitian ini juga memperlihatkan bahwa sebagian besar subjek dalam penelitian ini memiliki perilaku konsumtif dalam kategori tinggi. Perilaku konsumtif merupakan suatu fenomena yang banyak melanda kehidupan masyarakat terutama yang tinggal di perkotaan. Fenomena ini menarik untuk diteliti mengingat perilaku konsumtif juga banyak melanda kehidupan remaja kota-kota besar yang sebenarnya belum memiliki kemampuan finansial untuk memenuhi kebutuhannya.

Remaja memang sering dijadikan target pemasaran berbagai produk industri, antara lain karena karakteristik mereka yang labil, spesifik dan mudah dipengaruhi sehingga akhirnya mendorong munculnya berbagai gejala dalam perilaku membeli yang tidak wajar. Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif adalah suatu bentuk tindakan memakai produk yang tidak selesai. Artinya, belum habis sebuah produk yang dipakai seseorang, setelah itu memakai produk jenis yang sama tetapi dari merek yang berbeda atau dapat diartikan, membeli barang karena adanya hadiah yang ditawarkan atau membeli suatu produk karena banyak orang memakai barang tersebut.

Menurut Fitriyani, Widodo & Fauziah (2013) perilaku konsumtif adalah sebagai perilaku yang tidak lagi berdasarkan pada pertimbangan yang rasional, melainkan karena adanya keinginan yang sudah mencapai taraf yang sudah tidak masuk akal lagi. Perilaku konsumtif melekat pada seseorang apabila orang tersebut membeli sesuatu diluar kebutuhan rasional, dan pembelian tidak lagi didasarkan pada faktorkebutuhan(*need*) tetapi sudah ada faktor keinginan (*want*). Berdasarkan aspek perilaku konsumtif, sebagian besar subjek dalam penelitian ini berada dalam kategori tinggi pada masing-masing aspek. Menurut Sumartono (2002), seseorang yang membeli semata-mata karena didasari oleh hasrat tiba-tiba keinginan sesaat, dilakukan tanpa terlebih dahulu mempertimbangkannya, tidak memikirkan apa yang akan terjadi kemudian dan biasanya bersifat emosional hal ini juga dikenal dengan pembelian impulsif.

Sumartono (2002), juga menjelaskan bahwa individu yang melakukan pembelian hanya untuk memenuhi kesenangan belaka. Biasanya akan terkait dengan hal-hal emosional. Dalam hal ini seperti perasaan senang atau perasaan bangga setelah melakukan sesuatu yang juga dikenal dengan pembelian yang tidak rasional. Sumartono (2002) juga menjelaskan bahwa individu yang menghamburkan-hamburkan banyak dana tanpa disadari adanya kebutuhan yang jelas hal ini juga dikenal sebagai pemborosan. Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif memodifikasi motor pada remaja

anggota komunitas motor *custom* di Kota Padang. Semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif dalam memodifikasi motor pada subjek.

Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa konformitas pada remaja anggota komunitas motor *custom* di kota padang berada pada kategori tinggi dan perilaku konsumtif dalam memodifikasi motor pada remaja anggota komunitas motor *custom* di kota Padang berada dalam kategori tinggi.

Dalam penelitian ini hipotesis yang peneliti temukan  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, maksudnya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada remaja anggota komunitas motor *custom* di Kota Padang. Hasil penelitian ini memperkuat hasil penelitian dari peneliti yang telah dilakukan oleh Azizah dan Listiara (2017) yang menunjukkan korelasi positif, dimana semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku konsumtif yang muncul. Sebaliknya, semakin rendah konformitas seorang individu maka perilaku konsumtif yang muncul juga semakin rendah. Menurut Nurhayati (Azizah & Listiara, 2017) perilaku konsumtif yang ditunjukkan remaja bersama teman sebaya (*peer group*) berkaitan dengan masalah *mode* atau *fashion*, mengikuti *trend* perlu bagi para remaja untuk menunjang penampilan, dan menaikkan rasa percaya diri. Untuk saat ini memodifikasi motor *custom* sendiri sudah menjadi tren di kalangan remaja di Kota Padang. Dapat dilihat dari jumlah komunitas motor *custom* di Kota Padang yang terus bermunculan dengan jumlah anggota yang terus bertambah.

Menurut Bandura, sebagian besar munculnya perilaku konsumtif remaja terbentuk karena melihat dan meniru orang lain dalam konteks sosial. Perilaku atau sikap mengikuti norma-norma yang ada pada kelompok agar sesuai dengan norma sosial yang ada dikenal dengan istilah konformitas. Konformitas dan perilaku konsumtif saling berhubungan.

Sejalan dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Baron & Byrne (2005), bahwa konformitas mempengaruhi individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial yang ada, dengan kata lain konformitas adalah dimana individu tersebut menyamakan tingkah lakunya dengan kelompok sosial karena adanya tuntutan dari kelompok tersebut untuk menyesuaikan diri (Damayanti, 2014).

## SIMPULAN

1. Mayoritas anggota komunitas motor *custom* di Kota Padang memiliki konformitas yang tinggi.
2. Mayoritas anggota komunitas motor *custom* di Kota Padang memiliki perilaku konsumtif yang tinggi.
3. Hasil penelitian dapat disimpulkan terdapat hubungan positif yang sangat signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada anggota komunitas motor di Kota Padang dengan nilai  $r$  sebesar 0,417 dan  $p = 0,00$  ( $p < 0,05$ ).

## DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, S. (2012). Metode penelitian. Yogyakarta: Pustaka Belajar
- Baron, A., Byrne. (2005). Psikologi Sosial. PT. Gelora Aksara Pratama, Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Damayanti, A. M. (2014). Hubungan antara konformitas dengan Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswi Indekost Mewah Di Kecamatan Kartasura.
- Fitriyani, N., & Widodo, P., Fauziah, N. (2013). Hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa di Genuk Indah Semarang. *Jurnal Psikologi Undip* 12(1).
- Hurlock, Elizabeth B. (2004). Psikologi Perkembangan, Edisi kelima. Penerbit Erlangga
- Kumalasari, F., & Ahyani, L. N. (2012). Hubungan Antara Dukungan Sosial Dengan Penyesuaian Diri Remaja Di Panti Asuhan, *Jurnal Psikologi Pitutur*, 1 (1).
- Putri, H., & Indrawati, E. (2016). Hubungan Antara Konformitas Terhadap Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Pada Siswi Di Sma Semesta Semarang. *Jurnal Empati* 5(3).ISSN: 2087-7641.

- Putro, K. (2017). Memahami Ciri dan Tugas Perkembangan Masa Remaja. *Jurnal Aplikasi Ilmu-ilmu Agama*, 25-32. ISSN: 1411-8777.
- Santrock, J. W., (2007). *Life-span development* edisi Ke-13. Erlangga.
- Sarwono, Sarlito W., (1995). *Psikologi sosial*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Shaina, D., & Nurtjahjanti, H. (2016). Hubungan Dukungan Sosial Orangtua Dengan Perilaku Konsumtif Memodifikasi Mobil Pada Remaja Anggota Klub Mobil Di Semarang, 5(2). *Jurnal Empati*, 272-275. ISSN: 2337-375X.
- Simamora, H. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi 1. Yogyakarta: STIE YKPN Yogyakarta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung : Alfabeta.
- Sumartono.(2002). *Terperangkap dalam iklan. Meneropong imbas pesan iklantelevisi*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2004. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.