PENGARUH KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SYIAH KUALA

SKRIPSI

Disusun Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat Memperoleh Derajat
Sarjana S-1 Psikologi

Oleh :
Ichsan Al Farabi
2209110054

FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
BANDA ACEH
2026

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul:

PENGARUH KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA AKHIR FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SYIAH KUALA

Disusun oleh:

ICHSAN AL FARABI
2209110054

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi (S.Psi)

Pada Tanggal

13 AUG 2026

MENGESAHKAN

Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Aceh

Dekan,

(Hanna Amalia, M.Psi.,Psikolog)

Dewan Penguji	Tanda Tangan
1. Syarifah Zainab, M.Si	
2. Imam Abdilah Lukman, M.Si	
3. Hanna Amalia, M.Psi., Psikolog	
4. Ayu Safira, M.Psi., Psikolog	

PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ichsan Al Farabi
NPM : 2209110054
Fakultas : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul **" Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala"** secara keseluruhan merupakan hasil penelitian saya sendiri, kucuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya dan telah disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari pernyataan ini terbukti tidak benar, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

Banda Aceh. 10 Agustus 2026
Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL
FFA0BAOX193688866

Ichsan Al Farabi
NPM: 2209110054

MOTTO

“Besok dan seterusnya adalah rahasiaku,

tak perlu ditebak dan tidak perlu gelisah,

hiduplah sebaik baiknya hari ini.”

(Qs. Al-Luqman Ayat 33)

"Berhasil atau gagal, patah atau tumbuh, bahagia atau kecewa, mudah atau berat

apa pun hasilnya, rayakanlah karena itu adalah buah dari perjuanganmu.

Episode terbaik dalam hidup adalah ketika kita mampu bersyukur

atas setiap takdir yang kita jalani."

(Penulis)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil 'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, kasih sayang, serta pertolongan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Setiap langkah dalam perjalanan ini merupakan bagian dari ketetapan terbaik yang Allah SWT berikan. Di saat semangat mulai meredup, Allah SWT menguatkan; di saat jalan terasa buntu, Allah SWT menunjukkan jalan keluar. Dari setiap proses yang telah dilalui, penulis belajar bahwa tidak ada perjuangan yang sia-sia apabila dijalani dengan ikhtiar, kesabaran, dan doa. Dengan penuh rasa syukur, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada orang-orang yang telah menjadi bagian penting dalam setiap langkah kehidupan penulis.

Ayahanda Ismail A Janan dan Ibunda Siti Aisyah, terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang begitu tulus, doa yang tidak pernah terputus, serta pengorbanan yang tidak pernah meminta balasan. Ayah dan Bunda adalah dua sosok yang menjadi alasan terbesar di balik setiap langkah, perjuangan, dan keberhasilan yang penulis raih hingga berada di titik ini.

Terima kasih atas setiap pengorbanan, kerja keras, kesabaran, nasihat, serta kepercayaan yang senantiasa diberikan kepada penulis. Tidak ada satu pun pencapaian yang penulis raih tanpa ridha, doa, dukungan, dan pengorbanan Ayah dan Bunda. Segala yang telah penulis capai merupakan buah dari kasih sayang, perjuangan, dan ketulusan yang selalu mengiringi setiap langkah penulis. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, umur yang penuh keberkahan, serta membalas setiap kebaikan, pengorbanan, dan ketulusan Ayah dan Bunda dengan balasan yang berlipat ganda, baik di dunia maupun di akhirat. Aamiin Ya Rabbal 'Alami.

Untuk istriku tercinta yang bernama **Siti Alia Humaira**, terima kasih telah menjadi rumah tempat penulis kembali di tengah lelahnya perjalanan ini. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kesabaran yang begitu luas, pengertian yang tulus, serta kasih sayang yang senantiasa menguatkan di setiap keadaan.

Kehadiranmu bukan hanya sebagai pendamping hidup, tetapi juga sebagai penyemangat yang membuat setiap langkah terasa lebih ringan dan setiap kesulitan terasa lebih mudah untuk dilalui.

Kak Intan, Bang Irfan, Kak Putri, Dek Ikwan dan Bang Fahmi, terima kasih atas segala doa, perhatian, dukungan, semangat, serta kebaikan yang telah diberikan kepada penulis selama menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, memberikan motivasi, membantu di tengah kesulitan, serta menghadirkan canda dan kebersamaan yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan. Setiap bantuan dan perhatian yang diberikan memiliki arti yang begitu besar bagi penulis dan menjadi salah satu kekuatan untuk terus bertahan hingga berada di titik ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.

Terima kasih kepada seluruh dosen, keluarga besar, sahabat, serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Setiap doa, bantuan, dukungan, nasihat, maupun pengalaman yang diberikan telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan dengan pahala dan keberkahan yang berlipat ganda.

Terakhir, untuk diriku sendiri, **Ichsan Al Farabi**. Terima kasih karena tidak memilih berhenti ketika keadaan terasa begitu berat. Terima kasih telah bertahan melewati setiap kegagalan, keraguan, dan rasa lelah yang sering kali datang tanpa permisi. Semua proses ini mengajarkan bahwa tidak ada perjuangan yang benar-benar mudah, tetapi tidak ada pula usaha yang akan sia-sia jika terus disertai doa dan keyakinan kepada Allah SWT. Semoga pencapaian hari ini menjadi awal untuk terus melangkah, membahagiakan kedua orang tua, dan menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa setiap perjalanan akan selalu menghadirkan ujian dan pelajaran. Namun, di balik setiap kesulitan selalu tersimpan hikmah yang menguatkan, dan di balik setiap doa yang dipanjatkan selalu ada pertolongan Allah SWT yang datang pada waktu terbaik.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil 'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, kasih sayang, serta pertolongan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Setiap langkah dalam perjalanan ini merupakan bagian dari ketetapan terbaik yang Allah SWT berikan. Di saat semangat mulai meredup, Allah SWT menguatkan; di saat jalan terasa buntu, Allah SWT menunjukkan jalan keluar. Dari setiap proses yang telah dilalui, penulis belajar bahwa tidak ada perjuangan yang sia-sia apabila dijalani dengan ikhtiar, kesabaran, dan doa.

Penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala" ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh. Proses penyelesaian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Syarifah Zainab, M.Si ,selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan penuh kesabaran, kelembutan, dan ketulusan telah membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap arahan, saran, dan masukan yang selalu disampaikan dengan cara yang begitu baik dan menenangkan. Terima kasih karena selalu meluangkan waktu untuk berdiskusi, mendengarkan setiap pertanyaan dan kebingungan penulis, serta memberikan arahan tanpa pernah membuat proses bimbingan terasa berat. Kehadiran dan cara Ibu dalam membimbing menjadi salah satu hal yang sangat berarti bagi penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Sriana Septiawati, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan, perhatian, dan pengertian selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kebaikan dan kemudahan yang Ibu berikan selama mendampingi penulis. Di tengah proses perjalanan bimbingan, Ibu harus menjalani masa pemulihan dan belum dapat melanjutkan bimbingan hingga saat

ini. Meskipun demikian, kebaikan dan perhatian Ibu tetap menjadi bagian yang tidak terlupakan dalam perjalanan penyusunan skripsi ini. Penulis mendoakan semoga Ibu senantiasa diberikan kesehatan, kekuatan, dan kesembuhan, serta segala kebaikan yang telah Ibu berikan menjadi amal yang bernilai di sisi Allah SWT.

3. Seluruh dosen dan staf akademik Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, yang telah menjadi bagian penting dalam proses tumbuh dan belajarnya penulis selama menempuh pendidikan.
4. Ayahanda Ismail A Janan, terima kasih atas cinta dan kasih sayang yang begitu tulus, doa yang tidak pernah terputus, serta jerih payah dan kerja keras yang tidak pernah meminta balasan. Ayah adalah sosok yang menjadi alasan terbesar di balik setiap langkah dan perjuangan penulis, yang dengan sabar memberi nasihat serta kepercayaan hingga penulis mampu berada di titik ini.
5. Ibunda Siti Aisyah, terima kasih atas kasih sayang yang begitu tulus, doa yang tidak pernah terputus, serta pengorbanan yang tidak pernah meminta balasan. Bunda adalah sosok yang menjadi kekuatan terbesar penulis, yang dengan kesabaran selalu mengiringi setiap langkah dan keberhasilan yang diraih hingga hari ini.
6. Untuk istriku tercinta, Siti Alia Humaira, terima kasih telah menjadi rumah tempat penulis kembali di tengah lelahnya perjalanan ini. Terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kesabaran yang begitu luas, pengertian yang tulus, serta kasih sayang yang senantiasa menguatkan di setiap keadaan.
7. Kak Intan, terima kasih telah menjadi kakak yang selalu menghadirkan rasa nyaman bagi penulis selama menjalani masa perkuliahan, membuka rumah sebagai tempat untuk pulang, beristirahat, dan melanjutkan perjuangan.
8. Bang Irfan, terima kasih atas segala perhatian, semangat, dan dukungan yang selalu diberikan kepada penulis, baik melalui nasihat, motivasi, maupun perhatian sederhana yang begitu berarti.
9. Kak Putri, terima kasih telah menjadi kakak yang selalu hadir dalam setiap proses perjalanan penulis, mendengarkan setiap cerita dan kegelisahan, serta membantu penulis menemukan solusi di setiap kesulitan.

10. Dek Ikwan, terima kasih telah menjadi penyemangat dengan caramu sendiri. Kebersamaan, canda tawa, serta momen-momen sederhana yang kita lalui menjadi pelepas penat yang membuat perjalanan ini terasa lebih ringan.
11. Bang Fahmi, terima kasih saya ucapkan karena telah menerima Isan dengan lapang dada tanpa pernah membuat Isan merasa terbebani ataupun tertekan. Terima kasih telah memberikan tempat yang nyaman dan aman, sehingga Isan dapat menjalani proses penyelesaian skripsi dengan lebih tenang. Terima kasih juga atas segala bantuan, perhatian, dan kesediaan Bang Fahmi untuk membantu Isan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Kebaikan dan ketulusan yang Bang Fahmi berikan sangat berarti bagi Isan dan menjadi salah satu hal yang membantu Isan bertahan hingga dapat menyelesaikan perjalanan ini.
12. Kepada teman-teman saya di grup ORI, kak Zaiza, Bang Ferdian, Kak Rieska, Kak Saqia, Dinda, Putri, Indah, Muna, Miko, dan Muksal. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan panjang ini. Di tengah lelahnya perkuliahan, banyaknya tugas, revisi, dan perjuangan menyelesaikan skripsi, kalian hadir dengan cerita, canda, dukungan, dan semangat yang membuat semuanya terasa lebih ringan. Terima kasih telah bertahan dan berjuang bersama hingga kita sampai di penghujung perjalanan ini. Mungkin setelah ini langkah kita akan berbeda, tetapi semoga kebersamaan dan cerita yang pernah kita lalui bersama selalu menjadi kenangan yang tidak pernah hilang.
13. Teman-teman seperjuangan Fakultas Psikologi, khususnya Angkatan 2022. Terima kasih atas setiap kebersamaan, semangat dan perjuangan yang kita lalui bersama selama masa perkuliahan, semoga kita berjumpa di versi terbaik dan tertinggi nantinya.
14. Terakhir, untuk diriku sendiri, Ichsan Al Farabi. Terima kasih karena tidak memilih berhenti ketika keadaan terasa begitu berat. Terima kasih telah bertahan melewati setiap kegagalan, keraguan, dan rasa lelah yang sering kali datang tanpa permisi. Semua proses ini mengajarkan bahwa tidak ada perjuangan yang benar-benar mudah, tetapi tidak ada pula usaha yang akan sia-sia jika terus disertai doa dan keyakinan kepada Allah SWT. Semoga pencapaian hari ini

menjadi awal untuk terus melangkah, membahagiakan kedua orang tua, dan menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

Penulis menyadari bahwa karya ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi penyempurnaan ke depannya. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberi manfaat, menjadi ladang amal, serta membuka pintu keberkahan bagi siapa pun yang membaca dan mengembangkan kajian ini lebih lanjut.

Banda Aceh, 10 Agustus 2026

Ichsan Al Farabi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PENGESAHAN ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN iii
MOTTO iv
PERSEMBAHAN v
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI xi
DAFTAR TABEL xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv
ABSTRAK xv

BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang Masalah 1
B. Rumusan Masalah 6
C. Tujuan Penelitian 6
D. Manfaat Penelitian 6
E. Keaslian Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSAKA 10
A. Konformitas 10
1. Definisi Konformitas 10
2. Aspek Konformitas 12
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konformitas 17
B. Perilaku Konsumtif 24
1. Definisi Perilaku Konsumtif 24
2. Aspek Perilaku Konsumtif 25
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif 30
C. Mahasiswa 34
D. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa 36
E.Hipotesis 39

BAB III METODE PENELITIAN 40
A. Variabel Penelitian.....40
B. Definisi Operasional.....40
1. Konformitas.....40
2. Perilaku konsumtif.....40
C. Populasi dan Sampel 41
1. Populasi 41
2. Sampel 41
D. Metode Pengumpulan Data 42
E. Validitas dan Realibilitas.....45
1. Validitas 45
2. Reliabilitas.....46
F. Metode Analisis Data 47
1. Uji Asumsi.....47
2. Uji Regresi.....48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 50
A. Orientasi Kancah 50
B. Pelaksanaan Penelitian.....51
1. Pengurusan Surat Izin.....51
2. Penyusunan Alat Ukur.....52
C. Hasil Penelitian 52
1. Uji Instrumen.....52
2. Deskripsi Subjek dan Data Penelitian 55
3. Uji Asumsi 62
4. Uji Regresi.....64
D. Pembahasan.....66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 70
A. Kesimpulan.....70
B. Saran.....71
DAFTAR PUSAKA 74
LAMPIRAN.....77

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keaslian Penelitian 7
Tabel 3.1 Bobot Penilaian Pernyataan Favorable dan Unfavorable 43
Tabel 3.2 Blue Print Skala Konformitas 43
Tabel 3.3 Blue Print Skala Prilaku Konsumtif 44
Tabel 3.4 Kategori Koefesian Reliabilitas 47
Tabel 4.1 Diskriminasi Aitem 53
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas 54
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 57
Tabel 4.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia 57
Tabel 4.5 Deskripsi Responden Berdasarkan Semester 57
Tabel 4.6 Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal 57
Tabel 4.7 Deskripsi Responden Berdasarkan Rata-Rata Uang Saku Perbulan 58
Tabel 4.8 Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkumpul dengan Teman 58
Tabel 4.9 Deskripsi Responden Berdasarkan Platform Belanja Daring yang Paling 58
Tabel 4.10 Deskripsi Data Penelitian 59
Tabel 4.11 Kategorisasi Norma 59
Tabel 4.12 Perhitungan Kategorisasi Variabel Konformitas 60
Tabel 4.13 Perhitungan Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif 60
Tabel 4.14 Kategori Data Penelitian 60
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas 62
Tabel 4.16 Hasil Uji Lineriaritas 63
Tabel 4.17 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 65
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi 65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Skala Try Out 77
Lampiran 2. Tabulasi Data Try Out Skala Konformitas 81
Lampiran 3. Realibilitas Try Out Skala Konformitas 83
Lampiran 4. Tabulasi Data Try Out Skala Perilaku Konsumtif 88
Lampiran 5. Skala Realibilitas Try Out Perilaku Konsumtif 90
Lampiran 6. Skala Penelitian 92
Lampiran 7. Tabulasi Data Skala Penelitian Konformitas 99
Lampiran 8. Tabulasi Data Skala Perilaku Konsumtif 114
Lampiran 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif 129
Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi Klasik 130
Lampiran 11. Hasil Uji Regresi 131
Lampiran 12. SK Pembimbing 132
Lampiran 13. Surat Permohonan Izin Penelitian 133
Lampiran 14. Surat Persetujuan Penelitian 134
Lampiran 15. Biodata Penulis 135

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

PENGARUH KONFORMITAS TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF PADA MAHASISWA AKHIR FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS SYIAH KUALA

Ichsan Al Farabi
Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh
Jl. Muhammadiyah No. 91, Batoh, Lueng Bata, Banda Aceh
Ihsanalfarabi175@gmail.com

ABSTRAK

Mahasiswa berada dalam tahap awal dewasa yang ditandai oleh pencarian identitas diri, penyesuaian sosial, serta keinginan untuk diterima oleh lingkungan sekitarnya, sehingga rentan terhadap tekanan sosial dari kelompok teman sebaya. Tekanan sosial yang berkelanjutan ini mendorong munculnya konformitas, yaitu kecenderungan individu untuk menyesuaikan sikap dan perilaku dengan norma kelompok, baik secara normatif maupun informasional, yang pada akhirnya turut memengaruhi pola konsumsi mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 286 mahasiswa dari 1.006 populasi yang ada di Program Studi Manajemen FEB Unsyiah, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* berdasarkan rumus Slovin. Pengumpulan data dilakukan menggunakan skala Likert melalui penyebaran angket, dan dianalisis menggunakan regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$) dan nilai R Square sebesar 0,343. Temuan ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara konformitas terhadap perilaku konsumtif, dengan kontribusi pengaruh variabel bebas sebesar 34,3%, Konformitas berperan penting dalam mendorong mahasiswa menyesuaikan pola konsumsinya sebagai upaya memperoleh penerimaan sosial dan mempertahankan citra diri dalam kelompok. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan dan kontrol diri perlu menjadi bagian dari strategi intervensi dalam menghadapi tekanan konsumsi di kalangan mahasiswa.

Kata kunci*: *Konformitas, Perilaku Konsumtif, Mahasiswa

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mahasiswa berada dalam tahap awal dewasa, yaitu periode peralihan dari masa remaja menuju kemandirian yang ditandai oleh pencarian identitas diri, penyesuaian sosial, dan keinginan untuk diterima oleh masyarakat sekitar (Santrock, 2021). Pada fase ini, individu biasanya lebih peka terhadap penilaian sosial serta masukan dari lingkungan di sekitarnya, terutama oleh teman sebaya di kampus.

Kepedulian terhadap penilaian sosial ini membuat mahasiswa rentan terhadap tekanan lingkungan sosial. Di kampus, tekanan ini tidak selalu berupa paksaan langsung, melainkan hadir melalui norma tidak tertulis, perbandingan sosial, serta harapan kelompok teman, yang menetapkan standar perilaku "wajar" sehingga individu terdorong menyesuaikan diri agar tidak terlihat berbeda atau terasing (Myers, 2012). Tekanan ini semakin kuat di era globalisasi dan kemajuan teknologi, ketika media sosial memungkinkan mahasiswa terus-menerus melihat gaya hidup dan pola konsumsi rekan-rekannya (Pattipeilohy, 2025). Kondisi inilah yang memicu konformitas, yaitu kecenderungan individu menyesuaikan sikap dan perilaku dengan norma kelompok, baik untuk diterima secara sosial (*normatif*) maupun karena percaya kelompok memiliki informasi lebih tepat (*informasional*) (Baron dan Byrne 2005).

Dalam kehidupan mahasiswa, dorongan untuk sejalan dengan kelompok ini tidak hanya tampak pada sikap dan pandangan, tetapi juga pada keputusan sehari-hari, termasuk dalam memilih produk atau mengikuti tren konsumsi.

Konsumsi kini bukan lagi sekadar memenuhi kebutuhan dasar, melainkan cara membentuk identitas diri, citra sosial, dan posisi dalam kelompok diperkuat oleh media sosial, *e-commerce,* dan pemasaran berbasis tren yang menawarkan standar konsumsi yang mudah ditiru (Ramadhan dkk, 2025). Di kampus, kecenderungan ini terlihat dari pengeluaran yang lebih berfokus pada gaya hidup seperti fashion, gadget, perawatan kulit, kuliner, dan hiburan, sebagai bentuk adaptasi terhadap lingkungan pertemanan. Penelitian Agustina dan Awnurropiq (2022) menunjukkan gaya hidup berdampak signifikan terhadap pola belanja mahasiswa, khususnya kebutuhan non-primer.

Fenomena ini menjadi semakin penting ketika dianalisis dalam konteks mahasiswa Fakultas Ekonomi, yang secara teori dibekali pengetahuan rasionalitas ekonomi dan manajemen keuangan. Namun dalam praktiknya, pengetahuan tersebut tidak selalu tercermin dalam perilaku sehari-hari. Penelitian Alwis (2019) dan Mulyati (2023) menunjukkan pengaruh teman sebaya dan gaya hidup masih berkontribusi besar terhadap kecenderungan konsumsi mahasiswa bidang ekonomi, menyoroti pertentangan antara pemahaman akademik dan keputusan konsumsi nyata.

Berdasarkan penjelasan di atas, perilaku konsumsi mahasiswa dapat dijelaskan sebagai hasil dari tekanan sosial yang mendorong konformitas tinggi pada tahap awal kehidupan dewasa, terutama dalam konteks kampus yang kaya interaksi dan akses digital. Studi tentang dampak konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi krusial untuk

memahami proses psikologis ini serta sebagai dasar pengembangan pendidikan keuangan dan strategi pengendalian perilaku konsumsi di universitas.

Berikut hasil Prapenelitian dengan seorang mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Aceh berinisial A, pada tanggal 23 November 2025 pukul 17 : 23 di Warkop NK menyatakan bahwa :

"biasanya kalok kawan aku beli barang kektu aku juga pingin beli biar nggak keliatan beda sendiri di circle aku, kebanyakan orang pakai barang yang lagi tren, jadi mau nggak mau aku ikut juga biar nggak ketinggalan aku pernah beli barang cuma karena lihat kawan pakek di kampus, padahal awalnya nggak butuh sama sekali. kalau aku pakek barang yang sama kayak orang tu kek lebih nyambung aja ngomongnya habistu karna aku takut ketinggalan kalau aku nggak ikut tren yang lagi rame di sirkel aku sendiri rasanya kek aneh gitu"

Hasil Prapenelitian dengan seorang mahasiswa Ekonomi di Universitas Muhammadiyah Aceh berinisial R, pada tanggal 23 November 2025 pukul 20 : 07 di Warkop NK menyatakan bahwa :

"Enggak lah ngapain aku ikut orangtu aku ada selera sendiri, orang ni ya orang ni kalo aku ya aku jadi aku gak harus ikut apa yang mereka pakek, kalok sekiranya barangtu aku ga butuh ya aku ga mau beli habis-habisin duet, kadang orang ni ngomong kektu sama aku apalah ke pake itu itu aja ke kampus kek ga ada barang lain, padahal lagi trend semua orang beli ke cuma gak, tapi aku tetap sama prinsip aku sendiri selagi aku ga butuh ya ga akan aku beli".

Hasil Prapenelitian dengan seorang mahasiswa Ekonomi di Universitas Syiah Kuala berinisial P, pada tanggal 23 Agustus 2026 pukul 16:55 di Warkop NK menyatakan bahwa :

"Pernah sih. Kalau kawan saya beli sesuatu terus mereka bilang bagus, cocok, atau worth it kalau dibeli, biasanya saya jadi kek pengen punya juga. Apalagi kalau pas lagi di kelas saya lihat langsung mereka pakai, jadi saya lebih percaya juga sama barangnya. Pernah tuh ada beberapa kawan kelas saya pakai produk makeup yang sama, mereka juga sering cerita waktu di kelas atau pas lagi di cafe, katanya bagus dan cocok dipakai sehari-hari. Awalnya saya nggak ada rencana buat beli, tapi karena sering dengar mereka ngomongin, habis itu lihat mereka pakai, akhirnya saya ikut coba beli jugalah. Kadang bukan karena lagi

butuh, cuma karena sudah sering lihat dan dengar dari kawan-kawan. Apalagi mereka bilang bagus walaupun harganya lumayan mahal, jadi saya pikir nggak ada salahnya juga buat beli. Terus rasanya lebih nyaman kalau saya punya barang yang sama kayak mereka, karena kalau nggak ikut kadang dibilang kudet atau nggak asik, jadi akhirnya saya ikut beli juga".

Hasil Prapenelitian dengan seorang mahasiswa Ekonomi di Universitas Syiah Kuala berinisial S, pada tanggal 24 Agustus 2026 pukul 19:49 di Warkop Smea Premium menyatakan bahwa :

"Kalau dipengaruhi kawan sih pernah, tapi nggak sampai yang harus ikut beli juga. Misalnya kawan saya pakai baju atau sepatu tertentu terus dia bilang bagus, saya paling cuma jadi tahu atau ya eee... cuma penasaran aja gitu. Tapi kalau memang kebetulan saya lagi butuh atau barangnya sesuai sama yang saya cari, terus harganya budget-nya sesuai juga, baru mungkin saya beli baju yang dibilang sama kawan saya itu bagus. Kalau cuma karena kawan-kawan pakai atau dibilang bagus, saya nggak terlalu kepikiran buat ikut beli, soalnya menurut saya kebutuhan sama selera tiap orang kan beda".

Hasil prapenelitian dengan mahasiswa Fakultas Ekonomi menunjukkan adanya variasi respons terhadap tekanan sosial dalam perilaku konsumsi. Seorang mahasiswa Universitas Muhammadiyah Aceh yang berinisial A, mengungkapkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukannya sering dipengaruhi oleh perilaku konsumsi teman sebaya, terutama untuk menghindari perasaan berbeda dari kelompok pertemanan. Sebaliknya, mahasiswa yang berinisial R, menegaskan bahwa keputusan pembelian didasarkan pada kebutuhan pribadi dan prinsip pengelolaan keuangan, sehingga tidak merasa perlu mengikuti tren yang berkembang di lingkungan sosialnya. Pola serupa juga ditemukan pada mahasiswa Universitas Syiah Kuala, di mana mahasiswa berinisial P mengaku sering terdorong membeli barang setelah melihat dan mendengar teman-temannya merekomendasikan barang tersebut, bahkan ketika sedang tidak membutuhkannya,

sementara mahasiswa berinisial S menyatakan bahwa pendapat teman hanya sebatas menambah rasa penasaran dan keputusan pembeliannya tetap mengacu pada kebutuhan serta kesesuaian anggaran pribadi.

Perbandingan antara kedua kampus tersebut menunjukkan kecenderungan yang relatif sama, yaitu adanya mahasiswa yang menyesuaikan perilaku konsumsinya dengan kelompok pertemanan (A dan P) serta mahasiswa yang tetap berpegang pada prinsip dan kebutuhan pribadi (R dan S), sehingga mengindikasikan bahwa fenomena konformitas dalam perilaku konsumtif tidak terbatas pada satu lingkungan kampus saja. Temuan wawancara ini mengindikasikan bahwa tekanan sosial tidak selalu menghasilkan perilaku konsumtif yang seragam, namun tetap menunjukkan peran konformitas sebagai faktor psikologis yang memengaruhi perilaku konsumsi mahasiswa dengan tingkat pengaruh yang berbeda.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa perilaku konsumtif mahasiswa merupakan hasil interaksi antara karakteristik perkembangan dewasa awal, pengaruh sosial dari lingkungan pertemanan, serta kecenderungan konformitas dalam menyesuaikan diri dengan norma kelompok. Oleh karena itu, penelitian mengenai pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi menjadi penting untuk dilakukan guna memperoleh pemahaman empiris mengenai mekanisme psikologis yang mendasari perilaku konsumsi mahasiswa dalam konteks sosial dan budaya yang terus berkembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi serta mengetahui seberapa besar pengaruh tersebut, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran konformitas dalam membentuk kecenderungan konsumtif pada mahasiswa.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
   a) Memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu psikologi sosial, khususnya mengenai pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif.
   b) Memperkuat temuan empiris terkait variabel-variabel yang memengaruhi perilaku konsumsi pada mahasiswa di era digital.
2. Manfaat Praktis
   a) Bagi Mahasiswa Memberikan pemahaman mengenai pentingnya mengelola pengaruh sosial dan meningkatkan kontrol diri agar tidak mudah terpengaruh perilaku konsumtif.
   b) Bagi Institusi Pendidikan/Kampus Dapat menjadi dasar pengembangan program edukasi finansial, literasi digital, dan pembinaan karakter agar mahasiswa lebih bijak dalam berperilaku konsumsi.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya Menjadi referensi dan bahan rujukan dalam penelitian lanjutan mengenai konformitas, perilaku konsumtif, maupun faktor-faktor psikologis & sosial di lingkungan mahasiswa

E. Keaslian Penelitian

Keaslian pada penelitian ini berdasarkan pada beberapa penelitian sebelumnya yang mempunyai karakteristik yang sedikit sama dalam tema, kajian, meskipun berbeda kriteria subjek, jumlah dan posisi variabel penelitian atau teknik pengumpulan data dan analisis data yang digunakan. Penelitian yang akan dilakukan yakni mengenai pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Penelitian yang terkait dan menjadi sebuah perbandingan terhadap judul peneliti, yaitu :

Tabel 1.1
Keaslian Penelitian

Penulis	Judul	Metode	Hasil Penelitian
Andini, V. F., & Indrawati, E. S. (2025)	Hubungan Antara Konformitas Teman Sebaya Dengan Perilaku Konsumtif Terhadap Merchandise Pada Anggota Komunitas Carat di Kota Semarang	Penelitian kuantitatif dengan sampel 161 anggota komunitas Carat di Kota Semarang menggunakan teknik purposive sampling. Instrumen yang digunakan yaitu Skala Konformitas Teman Sebaya (27 aitem; α = 0,894) dan Skala Perilaku Konsumtif terhadap Merchandise (27 aitem; α = 0,929).	Diperoleh koefisien korelasi rxy = 0,219 dengan p = 0,005 (< 0,05), menunjukkan hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap merchandise. Sumbangan efektif konformitas sebesar 4,8%, sisanya dipengaruhi faktor lain.
Santosa, P. P., & Wibowo, D. H. (2024).	Hubungan antara Konformitas dan Perilaku Konsumtif Pembelian	Kuantitatif dengan analisis regresi sederhana; sampel 110 remaja penggemar NCT dari	Diperoleh rxy = 0,447 dengan p = 0,000 (< 0,05), menunjukkan hubungan positif signifikan antara

Penulis	Judul	Metode	Hasil Penelitian
	Merchandise K-pop pada Remaja	populasi 158 orang, teknik convenience sampling; instrumen Skala Konformitas (20 aitem, α = 0,86) dan Skala Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise (24 aitem, α = 0,88)	konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian *merchandise* semakin tinggi konformitas, semakin tinggi pula perilaku konsumtifnya. Konformitas memberikan sumbangan efektif 19,9%, sisanya 80,1% dipengaruhi variabel lain
Dezianti, D. A. N., & Hidayati, F. (2021).	Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial	Kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana dan analisis deskriptif; sampel 362 mahasiswa (127 laki-laki, 235 perempuan), Penelitian menggunakan metode analisis regresi linier sederhana dengan analisis deskriptif.	Tingkat konformitas dan perilaku konsumtif mayoritas responden berada pada kategori sedang (masing-masing 74,3% dan 55,5%). Nilai signifikansi sebesar 0,044 (< 0,05) menunjukkan hubungan positif signifikan antara konformitas dengan perilaku konsumtif, tanpa perbedaan yang signifikan antara laki-laki dan perempuan

Berdasarkan tinjauan tersebut, terlihat adanya sejumlah research gap yang penting untuk diperhatikan. Sebagian besar penelitian sebelumnya hanya berfokus pada hubungan atau korelasi antara konformitas dan perilaku konsumtif pada populasi umum, remaja, atau komunitas tertentu seperti penggemar K-pop, sehingga belum meneliti secara spesifik pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi yang secara teoritis telah dibekali

dengan pengetahuan mengenai perilaku konsumen dan prinsip ekonomi rasional. Selain itu, penelitian dalam konteks mahasiswa ekonomi masih sangat terbatas, terutama yang menguji besarnya pengaruh (effect size), bukan hanya hubungan antarvariabel semata.

Di sisi lain, penelitian terdahulu juga belum mengkaji dinamika konsumsi mahasiswa dalam konteks perkembangan era digital, padahal media sosial, tren online, dan tekanan sosial digital menjadi faktor penting yang memperkuat konformitas dalam perilaku konsumsi. Studi sebelumnya pun jarang mempertimbangkan konteks budaya dan sosial yang khas seperti di Banda Aceh, di mana norma sosial, nilai agama, dan karakteristik lingkungan pertemanan dapat memengaruhi cara mahasiswa mengekspresikan gaya hidup konsumtif serta tingkat sensitivitas mereka terhadap tekanan kelompok.

Oleh karena itu, penelitian berjudul "Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi" menjadi penting untuk dilakukan. Penelitian ini berupaya menguji secara empiris sejauh mana tekanan sosial dari kelompok sebaya memengaruhi kecenderungan konsumtif mahasiswa yang secara akademik dianggap lebih rasional dalam mengelola perilaku konsumsinya. Dengan demikian, penelitian ini diarahkan untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh konformitas dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa, khususnya dalam konteks sosial budaya di Banda Aceh dan dalam lingkungan pendidikan ekonomi.

BAB II
TINJAUAN PUSAKA

A. Konformitas

1. Definisi Konformitas

Konformitas adalah proses di mana individu mengubah tingkah laku, sikap, dan nilai-nilai yang dimilikinya agar sejalan dengan norma serta aturan yang ada dalam kelompok sosialnya. Baron dan Byrne (2005) menjelaskan bahwa konformitas menunjukkan kecenderungan seseorang untuk mengikuti pandangan, aturan, dan standar perilaku kelompok yang dianggap benar, sehingga individu berupaya agar tindakannya sejalan dengan patokan kelompok tersebut. Sejalan dengan itu, Risyawirasthi dan Dewi (2022) mengartikan konformitas sebagai pergeseran perilaku atau keyakinan yang terjadi akibat adanya tekanan sosial, baik yang nyata maupun yang hanya dibayangkan, sehingga individu terdorong untuk beradaptasi demi menjauhkan diri dari penyimpangan dalam kelompok.

Selanjutnya, Mulyadi dan Hakim (2021) menambahkan bahwa konformitas terjadi ketika individu menyesuaikan pandangan atau perilakunya sebagai usaha untuk mendapatkan penerimaan dari lingkungan sosial, menghindari penolakan, serta menjaga hubungan yang harmonis dalam kelompok. Dalam konteks pertemanan, Sukarno dan Indrawati (2020) mengartikan konformitas sebagai kecenderungan individu untuk menyesuaikan sikap, tingkah laku, atau keyakinannya dengan teman sebaya yang memiliki usia dan latar belakang yang serupa. Dorongan ini muncul dari kebutuhan untuk diakui, diterima, dan tidak

dianggap berbeda, serta terjadi karena adanya tekanan sosial yang bisa terlihat maupun yang tidak terlihat.

Setiawan (2019) menekankan bahwa konformitas adalah unsur penting yang memengaruhi seseorang untuk mengikuti norma dan standar kelompok. Individu biasanya menyesuaikan diri agar dapat diterima secara sosial, merasa setara dengan anggota kelompok lainnya, serta terhindar dari ketidaknyamanan yang bisa muncul saat perilakunya berbeda dari mayoritas. Oleh karena itu, konformitas tidak hanya menunjukkan proses penyesuaian sosial, tetapi juga berfungsi sebagai mekanisme yang membantu individu mempertahankan hubungan antarpersonal, menjaga stabilitas sosial, dan posisi dirinya dalam kelompok tempat ia berinteraksi.

Berdasarkan berbagai pendapat yang ada, konformitas dapat diartikan sebagai suatu proses di mana seseorang menyesuaikan sikap, perilaku, dan nilai-nilai pribadinya untuk sejalan dengan norma serta regulasi yang ada dalam sebuah kelompok sosial. Penyesuaian ini terjadi karena individu menyadari bahwa kelompok memiliki standar tertentu yang harus diikuti, sehingga mereka mengarahkan tindakan dan pilihan mereka untuk sejalan dengan ide, aturan, serta pola perilaku yang dianggap benar oleh kelompok tersebut. Proses ini tidak hanya melibatkan perubahan perilaku yang terlihat, tetapi juga perubahan keyakinan di dalam diri sebagai respons terhadap tekanan sosial, baik yang nyata maupun yang hanya ada dalam pikiran.

2. Aspek Konformitas

Menurut Baron dan Byrne (2005), konformitas memiliki beberapa aspek utama yaitu:

a. Pengaruh sosial normatif

Aspek ini menunjukkan kecenderungan seseorang untuk mengubah pandangan, sikap, dan perilaku mereka agar sesuai dengan norma dan ekspektasi dari kelompok sosial. Dalam fase ini, individu merasa terpacu untuk mencari penerimaan dan persetujuan dari kelompok, sehingga menganggap keselarasan dengan kelompok sebagai hal yang penting. Indikator dari pengaruh sosial normatif dapat terlihat dari kecenderungan seseorang untuk mengikuti tindakan atau keputusan kelompok meskipun tidak sepenuhnya selaras dengan keyakinan pribadi, perubahan perilaku setelah berinteraksi atau berdiskusi dengan anggota kelompok, serta keinginan untuk meniru anggota kelompok demi mendapatkan penerimaan sosial. Penyesuaian perilaku ini sering muncul karena individu berupaya menghindari penolakan atau konflik sosial, serta berharap untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan anggota kelompok yang lain.

b. Pengaruh sosial informasional

Aspek ini merujuk pada kecenderungan seseorang untuk menganggap orang lain sebagai sumber informasi yang dianggap lebih memiliki pengetahuan atau akurasi dalam suatu situasi. Dalam kondisi ini, seseorang akan mengandalkan ide, penilaian, atau tindakan orang lain sebagai acuan untuk menentukan perilaku yang dianggap benar, khususnya ketika menghadapi situasi yang tidak jelas atau kurang informasi yang tersedia.

Indikator dari pengaruh sosial informasional dapat terlihat dari kecenderungan seseorang untuk mencari atau mempertimbangkan informasi dari kelompok terlebih dahulu ketika menghadapi situasi yang tidak jelas atau kurang informasi, mendukung pandangan kelompok karena dianggap lebih benar atau logis, perubahan sudut pandang setelah menerima informasi dari orang lain, serta penyesuaian sikap dan tindakan berdasarkan keyakinan bahwa pandangan kelompok lebih tepat. Penyesuaian ini tidak hanya dilakukan untuk mendapatkan penerimaan sosial, tetapi juga karena individu yakin bahwa orang lain memiliki informasi yang lebih akurat dalam menentukan tindakan yang seharusnya diambil. Dalam hal ini, terdapat juga konsukuensi kognitif, yang berupa perubahan dalam cara berpikir, cara melihat, dan penilaian individu. Di sini, individu mulai menyelaraskan penilaiannya dengan pandangan kelompok kerana mereka percaya bahwa kelompok memiliki pemahaman yang lebih akurat. Konsukuensi kognitif ini menunjukkan bahwa konformitas tidak hanya berdampak pada perilaku yang muncul, tetapi juga memengaruhi proses berpikir dan kepercayaan internal individu.

Selain itu menurut Risyawirasthi dan Dewi (2022) terdapat beberapa aspek utama dari konformitas yaitu:

a. Penyesuaian perilaku sebagai reaksi terhadap tekanan sosial

Aspek ini menunjukkan kecenderungan seseorang untuk mengubah perilakunya sebagai respon terhadap tekanan sosial yang berasal dari kelompok, baik yang nyata maupun yang hanya ada dalam pikiran. Seseorang melakukan penyesuaian untuk menghindari penilaian yang negatif dan agar tetap berada dalam

batas perilaku yang dianggap wajar oleh kelompok. Indikator dari aspek ini termasuk kecenderungan untuk mengikuti tindakan mayoritas kelompok, perubahan perilaku ketika merasa diawasi atau dinilai oleh kelompok, serta kemampuan untuk menyesuaikan tindakan agar tidak menyimpang dari norma kelompok.

b. Perubahan keyakinan untuk mencegah penyimpangan dalam kelompok

Aspek ini menjelaskan bagaimana seseorang menyesuaikan keyakinan, nilai, atau pandangan mereka agar sejalan dengan keyakinan kelompok, terutama saat ada tekanan untuk tidak berbeda dari pemikiran bersama. Penyesuaian keyakinan terjadi karena individu merasa bahwa perbedaan pendapat dapat menyebabkan ketidaknyamanan sosial. Indikator dari aspek ini meliputi kecenderungan mengubah pendapat pribadi agar sejalan dengan keyakinan kelompok, menerima nilai kelompok sebagai panduan dalam pemikiran di situasi tertentu, serta kesediaan untuk mengevaluasi masalah sesuai tekanan dan norma pemikiran kelompok.

c. Kepatuhan terhadap norma kelompok untuk mempertahankan keselarasan sosial

Aspek ini menyampaikan dorongan bagi individu untuk mematuhi norma,aturan, atau standar perilaku yang ada dalam kelompok agar keserasian sosial terjaga dan menghindari penyimpangan yang bisa mengakibatkan penolakan. Dalam hal ini, individu berusaha menunjukkan perilaku yang dianggap tepat oleh kelompok meskipun mungkin tidak sepenuhnya sesuai dengan preferensi pribadinya. Indikator dari aspek ini termasuk kemampuan individu untuk mengikuti

aturan kelompok dalam berbagai kondisi, kecenderungan menunjukkan perilaku yang dijadikan harapan kelompok untuk mendapatkan penerimaan, serta konsistensi dalam menjaga diri agar tidak melanggar batas sosial yang ditetapkan oleh kelompok.

d. Ketergantungan pada pandangan mengenai ekspektasi kelompok

Aspek ini menekankan bahwa individu seringkali beradaptasi bukan hanya karena tekanan nyata dari kelompok tetapi juga karena tekanan yang mereka bayangkan atau persepsikan. Individu berusaha memahami dan mengantisipasi apa yang diinginkan oleh kelompok, sehingga bertindak sesuai dengan pandangan tersebut untuk menghindari kesan yang menyimpang. Indikator dalam aspek ini mencakup kecenderungan untuk menafsirkan harapan kelompok meskipun tidak dikomunikasikan secara langsung, perilaku beradaptasi berdasarkan asumsi tentang penilaian kelompok, serta perubahan tindakan untuk menghindari rasa takut dianggap berbeda.

Kemudian menurut Mulyadi dan Hakim (2021) terdapat beberapa aspek utama konformitas yaitu:

a. Penyesuaian pandangan untuk memperoleh penerimaan sosial

Bagian ini menjelaskan kecenderungan seseorang untuk mengubah pandangan, pendapat, atau cara berpikirnya agar sejalan dengan keyakinan kelompok sebagai usaha untuk mendapatkan penerimaan dari lingkungan sosial. Individu berupaya menunjukkan kesamaan dalam pola pikir agar dianggap sebagai bagian dari kelompok dan tidak terlihat berbeda. Indikator dari bagian ini termasuk kecenderungan mengubah pendapat pribadi setelah mengetahui pandangan

mayoritas kelompok, kesediaan menerima argumen kelompok untuk menjaga kesesuaian pemikiran, serta kemampuan menilai suatu isu berdasarkan perspektif kolektif demi mendapatkan penerimaan.

b. Penyesuaian perilaku untuk menghindari penolakan kelompok

Bagian ini menggambarkan bahwa individu tidak hanya menyesuaikan pandangannya, tetapi juga mengubah perilaku nyata untuk menghindari penolakan atau kritik dari kelompok sosial mereka. Orang akan menunjukkan tindakan yang dianggap wajar, sesuai, dan dapat diterima oleh sekitarnya, meskipun perilaku tersebut mungkin tidak selalu selaras dengan keinginan pribadi. Indikator dalam bagian ini mencakup kecenderungan untuk mengikuti kebiasaan kelompok agar terhindar dari perasaan terasing, perubahan perilaku ketika individu merasa tindakannya berbeda dibandingkan kelompok, serta keinginan untuk menyesuaikan tindakan demi menghindari risiko ditolak.

c. Kepatuhan terhadap norma kelompok untuk menjaga hubungan harmonis

Bagian ini menekankan bahwa individu melakukan konformitas untuk menjaga hubungan sosial yang harmonis di dalam kelompok. Ketaatan terhadap norma, aturan, atau standar kelompok bukan hanya karena adanya tekanan sosial, tetapi juga demi menjaga stabilitas dalam hubungan antarpribadi. Indikator dari bagian ini meliputi ketaatan individu terhadap aturan dan kebiasaan kelompok dalam situasi sosial, perilaku yang ditunjukkan untuk menghindari konflik di antara anggota kelompok, dan konsistensi individu dalam berperilaku sesuai norma untuk memastikan hubungan tetap hangat dan terjaga.

Berdasarkan aspek-aspek yang telah dijelaskan, konformitas dipahami sebagai proses penyesuaian pandangan, sikap, atau perilaku seseorang sebagai respons terhadap pengaruh lingkungan sosial dan tekanan kelompok, baik yang bersifat normatif (mengikuti norma dan harapan kelompok), informasional (mempercayai informasi kelompok sebagai acuan yang dianggap lebih valid), maupun kognitif (perubahan pola pikir dan evaluasi pribadi akibat interaksi dengan kelompok). Proses ini tercermin melalui indikator-indikator seperti meniru perilaku kelompok, menyesuaikan pendapat, mengikuti regulasi, serta mengubah keyakinan untuk mencegah penyimpangan dan menjaga keselarasan sosial, baik dalam menghadapi tekanan yang nyata maupun yang hanya dibayangkan. Pada akhirnya, seluruh aspek dan indikator tersebut menegaskan bahwa konformitas terbentuk melalui proses sosial dan psikologis yang didorong oleh keinginan individu untuk memperoleh penerimaan sosial, menghindari penolakan, serta mempertahankan hubungan yang harmonis dan keterikatan di dalam kelompok.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konformitas

Menurut Baron dan Byrne (2005) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konformitas, yaitu:

a. Ukuran Kelompok

Jumlah anggota kelompok yang lebih banyak akan meningkatkan tekanan sosial yang dirasakan seseorang untuk beradaptasi. Ketika kelompok terdiri dari lebih dari tiga orang, kecenderungan untuk mengikuti pandangan kelompok menjadi lebih besar karena individu merasa bahwa mayoritas biasanya "lebih tepat".

b. Kesepakatan Kelompok

Ketika semua anggota kelompok memiliki pendapat atau perilaku yang seragam, konformitas cenderung meningkat. Namun, jika terdapat minimal satu orang yang memiliki pandangan berbeda, tingkat konformitas individu biasanya akan menurun signifikan, karena dia merasa tidak sendirian.

c. Kohesivitas Kelompok

Kohesivitas merujuk pada seberapa kuat seseorang merasa terhubung dengan kelompoknya. Semakin tinggi rasa kedekatan, persahabatan, atau identifikasi dengan kelompok tersebut, semakin besar pula keinginan individu untuk diterima dan menjauhi penolakan, sehingga ia lebih mudah beradaptasi.

d. Status dan Kekuasaan Kelompok

Kelompok yang memiliki status lebih tinggi (dihormati, lebih berkompeten, atau berpengaruh) dapat lebih mudah mempengaruhi individu untuk mengikuti aturan mereka. Seseorang akan lebih cenderung meniru kelompok yang dianggap "lebih baik" atau lebih dihormati dalam konteks sosial.

e. Komitmen Awal

Ketika seseorang telah mengungkapkan pandangan atau sikapnya sebelumnya, ia cenderung menunjukkan kurangnya konformitas terhadap tekanan kelompok, demi menjaga konsistensinya. Sebaliknya, jika ia belum memiliki pendapat yang jelas, ia lebih cenderung untuk beradaptasi

f. Kepercayaan terhadap Kompetensi Kelompok

Individu lebih mungkin mengikuti kelompok jika mereka yakin bahwa kelompok tersebut memiliki pengetahuan atau keahlian yang lebih baik.

Konformitas sering kali terjadi karena individu merasa bahwa pendapat kelompok lebih valid atau rasional dibandingkan dengan pandangannya sendiri.

g. Ketidakjelasan Situasi

Dalam keadaan yang tidak jelas atau membingungkan, individu lebih mudah untuk beradaptasi. Ketika seseorang merasa ragu tentang apa yang benar, ia cenderung melihat kelompok sebagai sumber informasi yang dapat dipercaya.

h. Ketakutan terhadap Penolakan Sosial

Faktor normatif, keinginan untuk diterima dan menghindari dianggap "berbeda" Seseorang sering mengikuti kelompok demi menjaga hubungan sosial atau menghindari sanksi, meskipun dia sebenarnya tidak setuju secara pribadi.

Selain itu menurut Risyawirasthi dan Dewi (2022) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi konformitas, yaitu:

a. Tekanan Sosial

Tuntutan dari kelompok, baik yang bersifat langsung maupun tidak langsung, bisa menghasilkan tekanan. Ketika tekanan sosial semakin intens baik itu berupa dorongan, harapan, atau pengawasan individu cenderung lebih mungkin untuk menyesuaikan diri. Tekanan yang hanya ada dalam pikiran juga dapat membuat seseorang merasa perlu mengikuti kelompok agar tidak dianggap berbeda.

b. Kebutuhan akan Penerimaan Sosial

Seseorang memiliki keinginan alami untuk diterima oleh kelompok. Semakin besar keinginan seseorang untuk diterima, dihargai, dan diakui dalam

lingkungan sosial mereka, semakin besar pula kemungkinan untuk berkonformitas. Elemen ini sesuai dengan motivasi normatif: keinginan untuk "masuk".

c. Ketakutan Menjadi Berbeda atau Menyimpang

Keinginan untuk menyesuaikan diri muncul karena individu berusaha menghindari penilaian negatif atau sanksi dari lingkungan sosial. Ketika berbeda dianggap membawa risiko (seperti dikucilkan, diremehkan, atau dianggap tidak layak), individu cenderung lebih patuh pada norma kelompok.

d. Kekuatan Norma Kelompok

Tuntutan supaya anggota menyesuaikan diri semakin tinggi seiring dengan jelasnya serta kekuatan norma yang dianut dalam kelompok. Dalam kelompok yang memiliki aturan ketat, anggotanya merasa wajib mengikuti nilai-nilai dan perilaku tertentu agar tetap diterima.

e. Kohesivitas Kelompok

Kohesivitas menunjukkan sejauh mana hubungan antaranggota kelompok terjalin dengan baik. Kelompok yang kuat, kompak, dan memiliki koneksi emosional yang mendalam biasanya menghasilkan tingkat konformitas yang lebih tinggi, karena individu ingin menjaga keselarasan dan merasa menjadi bagian dari kelompok tersebut.

f. Status atau Otoritas Kelompok

Kelompok yang memiliki reputasi tinggi atau dianggap berotoritas biasanya lebih efektif dalam memberikan tekanan sosial. Seseorang cenderung

lebih mudah menyesuaikan diri dengan kelompok yang dianggap kompeten, kuat, berpengaruh, atau memiliki "kekuatan" dalam menetapkan norma sosial.

g. Ambiguitas dan Ketidakpastian Situasi

Ketika seseorang merasa ragu dengan pilihannya atau tidak mengetahui perilaku yang tepat, mereka lebih cenderung mengikuti kelompok. Ketidakjelasan dalam situasi membuat individu mencari referensi sosial, sehingga tingkat konformitas meningkat.

h. Karakteristik Individu

Perbedaan individu, seperti kurangnya rasa percaya diri, tingkat kecemasan sosial yang tinggi, atau kebutuhan afiliasi yang kuat, dapat memperkuat kecenderungan untuk berkonformitas. Seseorang yang kurang yakin dengan pendapatnya sendiri biasanya lebih mudah mengikuti apa yang dilakukan oleh kelompok.

Kemudian, Mulyadi dan Hakim (2021) juga menjelaskan beberapa faktor yang mempengaruhi konformitas, yaitu:

a. Kebutuhan untuk Diterima dalam Lingkungan Teman

Para remaja atau mahasiswa umumnya memiliki keinginan yang mendalam untuk diakui dan diterima oleh teman-teman sebayanya. Semakin besar keinginan untuk diterima, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menyesuaikan tindakan agar tidak dianggap “berbeda”.

b. Ketakutan Terhadap Penolakan atau Pengucilan

Seseorang dapat berperilaku konformis karena kekhawatiran akan kritik, ejekan, atau kemungkinan ditinggalkan jika mereka mengekspresikan pandangan

yang berbeda. Dalam lingkup pertemanan, penolakan sosial terasa lebih mendalam, sehingga tekanan untuk menyesuaikan diri menjadi lebih terasa.

c. Keinginan untuk Mempertahankan Keharmonisan

Persahabatan yang sehat biasanya dibangun atas dasar keharmonisan. Seseorang sering kali beradaptasi misalnya meniru gaya, kebiasaan, atau keputusan kelompok agar hubungan tetap harmonis dan terhindar dari konflik.

d. Dampak Kedekatan Emosional

Semakin erat hubungan seseorang dengan teman-teman, semakin kuat pengaruh kelompok terhadap sikap dan tindakan mereka. Hubungan emosional membuat individu lebih peka terhadap masukan kelompok dan lebih mudah terpengaruh.

e. Frekuensi Interaksi

Konformitas cenderung meningkat saat individu sering berinteraksi, berkomunikasi, atau menghabiskan waktu bersama teman. Semakin sering bersosialisasi, semakin besar pula tekanan normatif dan keinginan untuk menyesuaikan diri.

f. Pengaruh Sosial dan Dominasi di Kelompok

Dalam kelompok pertemanan, biasanya ada anggota yang lebih berpengaruh, populer, atau dominan. Kehadiran individu yang memiliki pengaruh

dapat meningkatkan kecenderungan anggota lain untuk mengikuti keputusan atau perilaku yang dianggap "ditentukan" oleh mereka.

g. Keseragaman Norma di Kelompok

Umumnya, kelompok teman memiliki nilai, kebiasaan, atau "aturan tak tertulis" seperti cara berpakaian, minat hiburan, atau gaya hidup. Semakin kuat norma-norma ini, semakin besar dorongan bagi anggotanya untuk beradaptasi.

h. Tingkat Kepercayaan dan Rasa Aman Dalam Kelompok

Ketika seseorang merasa aman secara mental bersama teman-temannya, mereka mungkin lebih terbuka menerima pandangan kelompok dan menghindari tindakan yang bisa merusak keharmonisan.

Dari semua faktor yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa konformitas terbentuk melalui interaksi antara faktor kelompok dan faktor individu. Dari sisi kelompok, kecenderungan ini diperkuat oleh ukuran dan kesepakatan anggota, kekompakan, status atau otoritas kelompok, ketidakjelasan situasi yang membuat individu menjadikan kelompok sebagai acuan berperilaku, serta kedekatan hubungan emosional, frekuensi interaksi, dan dominasi anggota tertentu di dalamnya. Dari sisi individu, dorongan untuk menyesuaikan diri muncul dari kebutuhan psikologis untuk diterima, rasa takut akan penolakan, kecenderungan menghindari perbedaan, serta karakteristik pribadi masing-masing.

Seluruh faktor tersebut bekerja bersamaan sehingga membentuk cara individu merespons tekanan kelompok, menilai posisi dirinya dalam hubungan sosial, dan menentukan seberapa jauh ia menyesuaikan perilaku, sikap, serta keputusan agar sesuai dengan nilai dan harapan sosial yang ada.

B. Perilaku Konsumtif

1. Definisi Perilaku Konsumtif

Perilaku konsumtif merupakan kecenderungan individu dalam membeli produk atau menggunakan layanan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang rasional, dan sering kali dipengaruhi oleh dorongan emosional maupun pengaruh sosial dari lingkungan sekitarnya. Pulungan dan Febriaty (2018) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif mencakup tindakan membeli barang yang sebenarnya tidak terlalu dibutuhkan, yang umumnya muncul karena orientasi pada aspek material dan keinginan untuk memperoleh kepuasan sesaat. Sejalan dengan itu, Sumartono (2002) mengemukakan bahwa perilaku konsumtif berkaitan erat dengan pengeluaran berlebihan, baik untuk memperoleh kenyamanan pribadi maupun untuk menunjukkan status sosial dalam masyarakat. Ulya dkk (2021) menambahkan bahwa perilaku konsumtif lebih berfokus pada pemenuhan keinginan daripada kebutuhan, dilakukan secara berlebihan, dan sering kali bertujuan untuk meningkatkan citra atau prestise diri.

Selanjutnya, Deviyanti dan Jannah (2022) menjelaskan bahwa perilaku konsumtif muncul dalam bentuk kebiasaan membeli barang secara tidak terencana dan tanpa pertimbangan matang. Barang yang dibeli sering kali tidak memiliki kesesuaian dengan kebutuhan sebenarnya, melainkan hanya untuk memenuhi keinginan pribadi yang bersifat impulsif. Hal ini menunjukkan bahwa proses pengambilan keputusan dalam konsumsi lebih banyak dipicu oleh dorongan emosional dibandingkan pertimbangan rasional. Selain itu, Rahma dan Wiyono (2020) menegaskan bahwa perilaku konsumtif dapat terlihat dari kecenderungan seseorang membeli atau menggunakan barang dan jasa secara berlebih akibat gaya

hidup yang menempatkan kesenangan pribadi, tren, dan aktualisasi diri sebagai prioritas utama. Keinginan untuk mengikuti perkembangan zaman dan meniru orang lain agar tetap dianggap relevan membuat perilaku konsumtif tidak hanya berdampak pada individu, tetapi juga memengaruhi pola konsumsi masyarakat secara lebih luas.

Berdasarkan berbagai pandangan yang ada, perilaku mengonsmtif dapat dilihat sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli barang atau menggunakan layanan secara berlebih tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang rasional. Perilaku ini timbul ketika keputusan belanja lebih dipengaruhi oleh emosi, hasrat untuk mendapatkan kepuasan instan, serta tekanan dari lingkungan sosial. seseorang seringkali membeli barang yang tidak diperlukan demi memperoleh kenyamanan, memenuhi keinginan pribadi, meningkatkan citra dirinya, atau menunjukkan status sosial di depan orang lain. proses ini umumnya tidak melalui analisis yang mendalam, tetapi lebih dipicu oleh dorongan sesaat, tren yang sedang populer, dan kebutuhan untuk menyesuaikan diri dengan cara hidup masyarakat modern.

2. Aspek Perilaku Konsumtif

Menurut Sumartono (2002) perilaku konsumtif terdapat beberapa aspek utama yaitu:

a. Pengeluaran untuk Mendapatkan Kenyamanan Pribadi

Bagian ini menjelaskan bahwa sikap konsumtif muncul ketika seseorang melakukan pembelian terutama untuk mendapatkan kenyamanan, kesenangan, atau kepuasan emosional tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang sebenarnya.

Aktivitas membeli tidak lagi dipicu oleh fungsi atau kebutuhan mendesak dari barang, melainkan oleh kebutuhan psikologis seperti keinginan untuk merasa bahagia, tenang, atau memanjakan diri. Indikator dari aspek ini termasuk kecenderungan membeli barang yang tidak diperlukan demi mencapai rasa nyaman, keinginan berbelanja sebagai cara untuk mengatasi stres atau kebosanan, serta pengambilan keputusan untuk membeli barang dengan harga lebih tinggi hanya karena memberikan kepuasan emosional. Selain itu, pembelian impulsif membeli tanpa rencana akibat dorongan mendadak juga merupakan bentuk nyata dari orientasi pada kenyamanan pribadi.

b. Pengeluaran untuk Menampilkan Status Sosial

Aspek ini menyoroti kecenderungan orang untuk menggunakan perilaku konsumtif sebagai alat untuk memperlihatkan status, prestise, atau identitas sosial tertentu kepada orang lain. Pembelian tidak hanya dilakukan berdasarkan kebutuhan, tetapi juga untuk membangun citra diri sebagai individu yang modern, berkelas, atau memiliki kemampuan ekonomi. Indikator dari aspek ini termasuk perilaku membeli barang bermerek mahal agar terlihat berstatus tinggi, kecenderungan mengikuti tren hanya untuk mendapatkan penilaian positif dari orang-orang di sekitar, serta keputusan untuk membeli barang yang memiliki nilai simbolis dalam menunjukkan prestise sosial. Seseorang juga dapat meniru pola konsumsi orang-orang yang dianggap memiliki status tinggi, sehingga keputusan pembelian lebih dipengaruhi oleh kebutuhan untuk menciptakan citra diri dibandingkan dengan manfaat fungsional produk.

Kemudian menurut Ulya (2021) konsumtif terdapat beberapa aspek utama yaitu:

a. Pemenuhan Keinginan yang Melebihi Kebutuhan

Bagian ini menjelaskan bahwa aktivitas konsumsi berkembang ketika orang mengambil keputusan untuk membeli berdasarkan keinginan dan bukan pada kebutuhan yang sebenarnya. Pembelian dilakukan karena dorongan untuk menikmati, keinginan untuk memiliki, atau iming-iming emosional, bukan karena barang tersebut benar-benar diperlukan. Indikator dalama aspek ini mencakup kecenderungan untuk membeli tanpa mempertimbangkan urgensi atau kegunaan, keputusan yang diambil berdasarkan ketertarikan terhadap penampilan atau keunikan produk, serta berbelanja sebagai cara untuk memenuhi keinginan sesaat. Individu juga menunjukkan kesulitan dalam membedakan antara kebutuhan sebenarnya dan keinginan pribadi, sehingga konsumsi bisa menjadi tidak terkendali.

b. Pengeluaran Berlebihan Tanpa Perencanaan

Aspek ini menerangkan bahwa ada kecenderungan bagi individu untuk melakukan pembelian secara berlebihan, melebihi batas kemampuan atau kebutuhan mereka, baik dalam kuantitas maupun frekuensi. Perilaku ini sering kali dipicu oleh kebiasaan berbelanja impulsif atau kurangnya kontrol diri selama proses konsumsi. Indikator pada aspek ini termasuk kecenderungan untuk membeli lebih banyak barang daripada yang seharusnya diperlukan, pengeluaran yang tidak sesuai dengan rencana anggaran, dan perilaku membeli berdasarkan dorongan yang tiba-

tiba. Individu juga menunjukkan siklus konsumsi yang berulang meskipun barang yang ada belum habis atau belum dimanfaatkan dengan baik.

c. Konsumsi untuk Meningkatkan Citra atau Prestise Diri

Bagian ini menjelaskan bahwa perilaku konsumtif kerap digunakan sebagai cara untuk menciptakan atau mempertahankan citra di masyarakat, sehingga pembelian dilakukan lebih untuk bagaimana orang lain melihat mereka. Konsumsi menjadi cara untuk menunjukkan status, gaya hidup, atau identitas tertentu yang dianggap bergengsi. Indikator dari aspek ini meliputi kecenderungan untuk membeli barang bermerek demi terlihat lebih modis atau mempunyai status tinggi, mengikuti tren agar diterima oleh lingkungan sosial, serta membeli barang tertentu untuk memperlihatkan citra diri yang baik. Individu juga menunjukkan pola konsumsi yang dipengaruhi oleh keinginan untuk tampil di mata orang lain, bukan oleh manfaat yang diberikan oleh produk itu sendiri.

Menurut Rahma dan Wiyono (2020) konsumtif terdapat beberapa aspek utama yaitu:

a. Pemenuhan Kesenangan Pribadi sebagai Fokus Utama

Aspek ini menunjukkan bahwa perilaku belanja seringkali dipicu oleh hasrat individu untuk mendapatkan kesenangan, kenyamanan, atau kepuasan emosional melalui aktivitas konsumsi. Transaksi tidak lagi hanya berorientasi pada fungsi atau kebutuhan nyata, tetapi lebih pada seberapa jauh produk mampu memberikan kegembiraan dan pengalaman yang menyenangkan. Tanda-tanda dari aspek ini mencakup kecenderungan untuk membeli barang demi memperbaiki suasana hati, menggunakan belanja sebagai bentuk hiburan, serta keinginan untuk

membeli barang yang memberikan kepuasan emosional meskipun sebenarnya tidak diperlukan. Individu juga cenderung mengedepankan pengeluaran untuk hal-hal yang memberikan kenyamanan bagi diri sendiri ketimbang untuk kebutuhan yang lebih mendesak atau penting.

b. Kecenderungan Mengikuti Tren sebagai Cara Penyesuaian Gaya Hidup

Aspek ini menyoroti bahwa perilaku belanja muncul karena dorongan individu untuk tetap mengikuti perkembangan tren terkini agar tidak dianggap ketinggalan. Konsumsi menjadi alat untuk beradaptasi dengan perubahan mode, teknologi, dan budaya populer. Tanda pada aspek ini meliputi perilaku membeli barang yang tengah populer di kalangan sosial, kecenderungan untuk mengikuti gaya konsumsi yang sedang viral, serta memilih produk hanya berdasarkan tren, meskipun barang sebelumnya masih berfungsi dengan baik. Individu juga menunjukkan ketertarikan yang tinggi terhadap produk baru yang muncul di pasaran, dengan tujuan agar gaya hidup mereka tampak relevan dan modern.

c. Konsumsi sebagai Cara Aktualisasi dan Pembentukan Identitas Diri

Aspek ini menguraikan bahwa perilaku konsumsi dijadikan sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, menunjukkan identitas tertentu, atau mencerminkan nilai-nilai diri di hadapan orang lain. Pembelian dilakukan tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan, tetapi juga untuk menegaskan siapa mereka dan bagaimana mereka ingin dipersepsikan dalam masyarakat. Tanda-tanda dari aspek ini mencakup kecenderungan untuk membeli produk yang mengekspresikan gaya, selera, atau identitas tertentu; memilih barang yang dapat meningkatkan rasa percaya diri; serta konsumsi yang dimaksudkan untuk menunjukkan citra diri yang

ingin dibangun. Individu juga cenderung fokus pada konsumsi barang yang dianggap dapat memperkuat aktualisasi diri, bukan pada fungsi atau kebutuhan praktis.

Berdasarkan penjelasan yang ada, perilaku belanja dapat diartikan sebagai kecenderungan seseorang untuk membeli barang bukan semata karena kebutuhan praktis, melainkan didorong oleh faktor psikologis: mencari kenyamanan emosional dan pelarian dari tekanan mental (termasuk pembelian impulsif demi kepuasan sesaat), mengikuti tren agar dapat menyesuaikan gaya hidup dan tetap diterima secara sosial (memprioritaskan produk populer atau viral tanpa mempertimbangkan fungsi barang yang sudah dimiliki), membangun citra dan status diri melalui produk bermerek yang mencerminkan posisi sosial atau meniru pola konsumsi kelompok berstatus tinggi, serta lebih mengutamakan keinginan daripada kebutuhan yang terlihat dari pembelanjaan berlebih tanpa perencanaan dan pola pembelian berulang meski barang belum benar-benar diperlukan. Secara keseluruhan, aspek-aspek dan indikator tersebut menunjukkan bahwa perilaku belanja dibentuk oleh dorongan emosional, tuntutan sosial, kecenderungan mengikuti tren, serta usaha membangun identitas dan prestise, sehingga konsumsi tidak lagi berlandaskan kebutuhan nyata melainkan keinginan dan penilaian dari lingkungan sosial.

3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif

Menurut, Sumartono (2002) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumtif, yaitu:

a. Pentingnya Kenyamanan Pribadi

Banyak orang kerap mengeluarkan uang untuk barang atau layanan yang membawa kenyamanan, kemudahan, atau kesenangan. Saat keinginan untuk merasakan kenyamanan semakin tinggi, dorongan untuk berbelanja berlebihan juga meningkat.

b. Aspirasi untuk Meningkatkan Status Sosial

Orang sering berbelanja untuk tampil lebih trendy, sukses, atau bergengsi di mata orang lain. Motivasi ini mendorong individu untuk memilih produk yang mahal atau merek terkenal demi memperbaiki citra pribadi.

c. Pengeluaran Berlebihan untuk Memburu Kesenangan

Seseorang sering kali mengeluarkan lebih banyak uang dari yang seharusnya. Ketika hasrat untuk tetap nyaman dan tampil glamor semakin kuat, pengeluaran bisa menjadi tidak terkontrol dan mengarah pada kebiasaan konsumti

Kemudian, menurut Ulya (2021) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumtif, yaitu:

a. Motivasi untuk Meningkatkan Citra dan Status Diri

Orang cenderung membeli produk bermerek atau mengikuti tren terbaru agar terlihat lebih menarik, modern, atau berkedudukan tinggi di mata orang lain. Semakin besar hasrat untuk membentuk citra diri, semakin kuat pula keinginan untuk berbelanja.

b. Fokus pada Pemenuhan Keinginan (Hedonisme)

Keputusan untuk membeli lebih banyak dipengaruhi oleh keinginan dan keasyikan sesaat ketimbang kebutuhan yang nyata. Gaya hidup yang berorientasi

pada kenyamanan, kesenangan, dan kepuasan emosional cenderung meningkatkan perilaku konsumtif.

c. Pengaruh Lingkungan Sosial

Tekanan dari teman sebaya, budaya pamer, dan perbandingan sosial mendorong individu untuk berbelanja agar tidak dianggap berbeda atau "ketinggalan".

d. Media Sosial dan Iklan

Konten *online* yang menunjukkan gaya hidup ideal, pengaruh kecantikan, unboxing, dan iklan yang memikat memicu individu untuk membeli produk tertentu meskipun tidak benar-benar diperlukan.

e. Kemudahan dalam Belanja

Aplikasi *e-commerce*, diskon cepat, dan metode pembayaran digital membuat konsumen lebih mudah melakukan pembelian impulsif tanpa memikirkan kebutuhan.

f. Kebutuhan untuk Mendapatkan Pengakuan dari Sosial

Perilaku konsumtif dapat muncul ketika seseorang ingin dianggap dihargai, diterima, atau dilihat memiliki gaya hidup yang baik oleh lingkungan sekitarnya.

g. Kesulitan Mengendalikan Dorongan

Orang yang sulit menahan dorongan emosional cenderung melakukan pembelian tiba-tiba untuk meredakan stres, rasa bosan, atau mencari hiburan.

Selain itu, menurut Rahma dan Wiyono (2020) terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Perilaku konsumtif, yaitu:

a. Dampak Gaya Hidup yang Mengutamakan Kenikmatan

Banyak orang membeli barang untuk mendukung gaya hidup yang mengedepankan kesenangan pribadi. Saat seseorang ingin selalu terlihat sesuai dengan tren modern, belanja berlebihan sering kali terjadi.

b. Hasrat untuk Mengikuti Tren Supaya Tidak Tertinggal

Kegiatan belanja dilakukan agar penampilan tetap terkesan baru dan mengikuti perkembangan sosial yang ada. Ketika tren menjadi fokus utama, individu dengan mudah membeli barang-barang terbaru meskipun tidak terlalu diperlukan.

c. Motivasi untuk Mengekspresikan Diri

Barang-barang yang dibeli berfungsi untuk memperlihatkan siapa dirinya di depan orang lain. Saat seseorang ingin mengekspresikan identitas atau keberadaan mereka, pengeluaran yang berlebihan menjadi cara yang dipilih.

Dari semua faktor yang telah disebutkan, dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumtif terbentuk melalui interaksi antara faktor internal dan eksternal. Secara internal, dorongan tersebut muncul dari keinginan untuk merasa nyaman, ketertarikan pada kesenangan sesaat, kebutuhan akan pengakuan dan status sosial, serta kesulitan dalam mengontrol dorongan emosional. Secara eksternal, kecenderungan ini diperkuat oleh tekanan dari kelompok sosial, keinginan mengikuti perkembangan tren, paparan media sosial dan iklan, serta kemudahan akses tempat belanja yang mendorong pembelian secara impulsif. Kedua jenis faktor tersebut saling berkaitan sehingga membuat individu lebih peka terhadap simbol status, gaya hidup modern, dan citra diri yang ingin ditampilkan, yang pada

akhirnya membentuk cara individu memahami kebutuhan, menentukan prioritas konsumsi, dan mengambil keputusan berbelanja yang sering kali tidak berlandaskan kebutuhan nyata, melainkan dorongan psikologis dan sosial di sekitarnya.

C. Mahasiswa

Mahasiswa adalah individu yang sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi dan terlibat dalam berbagai aktivitas akademis di universitas, institut, atau lembaga pendidikan tinggi lainnya Aisyah dan Rahmah (2025) Dalam hal ini, Kurniawan (2021) mengungkapkan bahwa mahasiswa merupakan orang-orang yang belajar pada tingkat perguruan tinggi, termasuk universitas, institut, dan akademi, di mana setiap orang yang terdaftar secara resmi di tingkat tersebut disebut mahasiswa.

Selain berfungsi sebagai pelajar di perguruan tinggi, mahasiswa juga diangggap sebagai generasi muda yang sedang mempersiapkan diri untuk berkontribusi dalam pembangunan bangsa. Jennyya dkk (2021) menekankan bahwa mahasiswa merupakan kelompok yang diharapkan menjadi penerus bangsa yang dapat membawa perubahan positif bagi negara melalui pendidikan yang mereka jalani. Sejalan dengan pendapat ini, Satiawan dan Sidik (2021) mengemukakan bahwa mahasiswa adalah orang-orang yang memiliki status resmi dalam menempuh pendidikan di perguruan tinggi seperti universitas, institut, sekolah tinggi, politeknik, atau akademi.

Permatasari dkk (2021) menyatakan bahwa mahasiswa tidak hanya terlibat dalam hubungan administratif dengan perguruan tinggi, tetapi juga memiliki

tanggung jawab moral sebagai calon intelektual yang diharapkan dapat berkontribusi pada perkembangan dunia akademik dan masyarakat umum. Dengan demikian, mahasiswa berperan bukan hanya sebagai pelajar, tetapi juga sebagai generasi yang tumbuh menuju kedewasaan dalam aspek intelektual, sosial, dan emosional.

Dari berbagai pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa adalah individu yang terdaftar secara resmi di lembaga pendidikan tinggi, tengah menjalani proses pembelajaran, dan dipersiapkan untuk memberikan manfaat positif bagi masyarakat. Mereka dituntut untuk mengasah kapasitas berpikir kritis, kemandirian, serta tanggung jawab dalam menyelesaikan tugas akademik. Sementara itu, mahasiswa juga diharapkan untuk memberikan kontribusi dalam aspek intelektual, moral, serta sosial di komunitas mereka sebagai calon pemimpin masa depan.

Namun, selama proses perkembangan tersebut, mahasiswa juga menjadi kelompok yang rentan terhadap pengaruh sosial, terutama dari teman sebaya. Lingkungan kampus yang dipenuhi kelompok, organisasi, dan komunitas sering kali menciptakan tekanan sosial yang mendorong mahasiswa untuk beradaptasi agar bisa diterima oleh lingkungan mereka. Situasi ini dapat berdampak pada munculnya perilaku tertentu, salah satunya adalah perilaku konsumtif.

Oleh karena itu mahasiswa Manajemen juga mempelajari mata kuliah yang berkaitan dengan perilaku konsumen, pemasaran, dan pengambilan keputusan, sehingga mereka lebih sering berhadapan dengan berbagai informasi mengenai produk, merek, gaya hidup, dan tren konsumsi. Kondisi tersebut

menjadikan mahasiswa Program Studi Manajemen sebagai kelompok yang relevan untuk mengkaji hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif. Di samping itu, pemilihan satu program studi juga bertujuan memperoleh karakteristik responden yang lebih homogen sehingga hasil penelitian diharapkan dapat menggambarkan hubungan antarvariabel secara lebih tepat.

D. Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa

Konformitas memainkan peran krusial dalam mempengaruhi perilaku mahasiswa dalam bertindak, membuat pilihan, dan menilai keputusan pembelian sehari-hari. Proses ini adalah tentang mengikuti norma, standar, atau tekanan dari kelompok, dan konformitas berdampak pada penyesuaian perilaku mahasiswa agar sesuai dengan lingkungan sosial mereka (Baron & Byrne, 2005). Dalam hal perilaku konsumtif, penyesuaian ini bukan hanya untuk diterima, tetapi juga untuk mempertahankan citra diri di depan kelompok sosial. Saat desakan untuk beradaptasi tinggi, mahasiswa menjadi lebih cenderung membuat keputusan pembelian berdasarkan harapan sosial daripada mempertimbangkan kebutuhan pribadi. Pembelian tertentu bahkan dapat memberikan rasa diterima dan meredakan rasa takut akan penolakan sosial, sehingga menjadi cara untuk menjaga kestabilan psikologis melalui penerimaan norma kelompok (Sumartono, 2002).

Kedua aspek konformitas ini mendorong perilaku konsumtif melalui jalur yang berbeda. Pengaruh sosial normatif, yaitu dorongan untuk memperoleh penerimaan dan menghindari penolakan kelompok, mendorong mahasiswa melakukan pengeluaran untuk menunjukkan status sosial agar tidak dianggap berbeda atau tertinggal dari kelompoknya. Sementara itu, pengaruh sosial

informasional, yaitu kecenderungan menjadikan kelompok sebagai sumber informasi yang dianggap lebih tepat, mendorong mahasiswa mengikuti tren atau pola konsumsi kelompok karena meyakini bahwa pilihan yang diambil kelompok mencerminkan pilihan yang benar.

Dampak konformitas pada pola konsumsi meningkat karena mahasiswa berada pada tahap transisi menuju kedewasaan dan pencarian identitas, sehingga masih sangat membutuhkan validasi sosial dari teman sebaya (Kurniawan, 2021; Bulango, 2025). Ketergantungan pada kelompok ini membuat mahasiswa lebih responsif terhadap tren dan pendapat teman, terutama di lingkungan yang menekankan penampilan, gaya hidup, atau simbol status tertentu. Situasi ini semakin diperkuat oleh kemajuan teknologi digital dan media sosial, yang mempercepat penyebaran tren konsumsi sehingga mahasiswa semakin mudah terpapar dan meniru pola konsumsi yang sedang populer.

Perilaku konsumtif juga dipengaruhi oleh motif simbolik yang terkait dengan kebutuhan menunjukkan status sosial tertentu. Mulyati (2023) mengatakan bahwa keinginan untuk mempertahankan citra sosial dan memenuhi standar kelompok sering kali menjadi pendorong utama perilaku konsumtif. Dalam konteks mahasiswa, pembelian barang seperti fashion, gadget, kosmetik, atau produk gaya hidup sering digunakan untuk menggambarkan identitas yang sesuai dengan kelompoknya. Saat nilai kelompok menekankan pentingnya penampilan atau penggunaan produk terkenal, tekanan konformitas menjadi faktor utama yang menciptakan pola konsumsi yang berlebihan.

Selain dorongan emosional dan simbolik tersebut, faktor-faktor konformitas seperti ukuran kelompok, kesepakatan sosial, daya tarik kelompok, dan tingkat kohesivitas juga berperan dalam menentukan seberapa besar pengaruh teman sebaya terhadap keputusan konsumsi mahasiswa (Baron & Byrne, 2005). Semakin besar kelompoknya dan semakin seragam sikap yang ditunjukkan, semakin besar pula tekanan yang dirasakan mahasiswa untuk berperilaku sejalan. Konformitas juga menciptakan pembenaran sosial terhadap tindakan konsumsi. Saat banyak anggota kelompok melakukan jenis pembelian tertentu, mahasiswa akan melihat perilaku itu sebagai hal yang biasa dan patut diikuti, sehingga kurang mempertimbangkan aspek logis dalam keputusan mereka (Bulango, 2025).

Lebih jauh, ketika kelompok menetapkan standar tertentu tentang apa yang dianggap sebagai konsumsi yang "normal", mahasiswa bisa mengubah pandangan mereka terhadap barang yang sebenarnya tidak dibutuhkan menjadi sesuatu yang wajib dimiliki, fenomena yang disebut oleh Alwis (2019) sebagai pembentukan kebutuhan palsu, yaitu rasa kebutuhan yang muncul bukan dari kebutuhan pribadi, melainkan dari tekanan sosial. Akibatnya, mahasiswa bisa melakukan pembelian yang tidak sejalan dengan kondisi ekonomi atau kebutuhan nyata yang dihadapi. Dari gambaran tersebut, dapat disimpulkan bahwa konformitas memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku konsumtif mahasiswa. Konformitas membentuk cara mahasiswa beradaptasi dengan perilaku, menafsirkan kebutuhan konsumsi, dan menanggapi tekanan dari kelompok sosial.

Ketika dorongan untuk diterima dalam kelompok sangat tinggi, mahasiswa cenderung mengikuti tren konsumsi yang ada tanpa pertimbangan rasional. Perilaku

ini muncul melalui mekanisme emosional, simbolis, dan sosial yang bekerja secara bersamaan, terutama pada mahasiswa yang sedang berada dalam proses pencarian identitas dan penyesuaian sosial.

E.Hipotesis

Berdasarkan uraian diatas, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H_a : Ada pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi

H_o : Tidak ada pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Fakultas Ekonomi

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

Variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah variable bebas (X) dan variable terikat (Y), yaitu:

1. Variabel (X) : Konformitas
2. Variabel (Y) : Perilaku Konsumtif

B. Definisi Operasional

1. Konformitas

Menurut Baron dan Byrne (2005), konformitas adalah kecenderungan orang untuk mengubah sikap, pandangan, dan perilaku mereka agar sesuai dengan norma, aturan, dan standar yang dianggap benar oleh kelompok sosial. Konformitas dinilai berdasarkan dua aspek yang dijelaskan oleh Baron dan Byrne (2005), yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional.

2. Perilaku konsumtif

Menurut Sumartono (2002), perilaku konsumtif adalah kecenderungan seseorang untuk mengeluarkan uang secara berlebihan tanpa mempertimbangkan kebutuhan yang rasional, tetapi lebih untuk memperoleh kenyamanan sendiri dan menunjukkan status sosial di lingkungan sekitar. Perilaku konsumsi ini diukur dengan menggunakan dua aspek yang diungkapkan oleh Sumartono (2002), yaitu pengeluaran untuk memperoleh kenyamanan pribadi dan pengeluaran untuk menunjukkan status sosial.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam studi ini mengacu pada seluruh individu yang memenuhi kriteria tertentu dan telah ditentukan oleh peneliti sebagai subjek yang akan diteliti, sehingga hasil yang diperoleh dapat digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, populasi yang ditentukan meliputi semua mahasiswa aktif dari Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala. Berdasarkan informasi yang didapat, terdapat 1. 006 mahasiswa aktif di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala tahun 2025, dan angka tersebut sebagai populasi penelitian.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipilih untuk mencerminkan karakteristik keseluruhan populasi tersebut (Sugiyono, 2023). Dalam penelitian ini, cara penentuan sampel dilakukan dengan metode probability sampling, yang memberi peluang yang sama bagi setiap individu dalam populasi untuk menjadi responden penelitian. Jenis probability sampling yang diterapkan adalah simple random sampling, di mana responden dipilih secara acak tanpa memperhatikan perbedaan tingkatan, angkatan, atau kelompok tertentu dalam populasi.

Jumlah sampel untuk penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan sebesar 5%. Menurut Sugiyono (2023) rumus slovin digunakan pada penarikan untuk mencari besaran sampel yang dinilai mampu mewakili populasi. Berdasarkan hasil perhitungan dengan tingkat kesalahan 5%, Penggunaan rumus ini bertujuan untuk mendapatkan jumlah sampel

yang diyakini dapat mewakili populasi penelitian. Dari hasil perhitungan, jumlah sampel minimal yang didapat adalah 286 responden.

Rumus Slovin yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1 + N(e)2}{1.006}$$

$$n = \frac{1.0061}{1 + 1.006(0{,}05)2}$$

$$n = \frac{1.0061}{1 + 1.006(0{,}25)}$$

$$n = \frac{1.0061}{1 + 2{,}515}$$

$$n = \frac{1.0061}{3{,}515}$$

$$n = 286{,}31$$

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat kesalahan pengambilan sampel (5%)

Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini dibulatkan menjadi 286 responden

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, yaitu menggunakan skala yang dirancang secara sistematis untuk mengukur respons subjek terhadap serangkaian pernyataan tertulis. Subjek penelitian diminta memilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi dirinya dari

alternatif respons yang tersedia, sehingga data yang terkumpul mampu menggambarkan aspek psikologis yang menjadi fokus penelitian Azwar (2022)

Skala yang digunakan mengadopsi model Likert dengan empat alternatif jawaban, yang disusun ke dalam dua bentuk pernyataan, yaitu favorable dan unfavorable. Untuk pernyataan favorable, skor diberikan mulai dari 4 (Sangat Sesuai), 3 (Sesuai), 2 (Tidak Sesuai), hingga 1 (Sangat Tidak Sesuai). Sebaliknya, pada pernyataan unfavorable, penilaian dibalik menjadi 1 untuk Sangat Sesuai, 2 untuk Sesuai, 3 untuk Tidak Sesuai, dan 4 untuk Sangat Tidak Sesuai. Sistem penskoran yang berlawanan arah ini bertujuan agar hasil pengukuran benar-benar mencerminkan tingkat karakteristik yang diteliti secara tepat Azwar (2022).

Bobot penilaian pernyataan favorable dan unfavorable adalah berikut:

Tabel 3.1
Bobot Penilaian Pernyataan Favorable dan Unfavorable

No	Alternatif Jawaban	Pernyataan	
		Favorable	Unfavorable
1	Sangat Sesuai	4	1
2	Sesuai	3	2
3	Tidak Sesuai	2	3
4	Sangat Tidak Sesuai	1	4

Skala Konformitas adalah sebagai berikut :

Tabel 3.2
Blue Print Skala Konformitas

Aspek	Indikator	No Item		Jumlah	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
Pengaruh Sosial Normatif	Mengikuti keputusan kelompok	1. 13. 21. 29.	2. 14. 22. 30	8	**50%**
	Mengubah perilaku setelah berinteraksi	5. 17. 25	6. 18. 26	6	
	Meniru atau menyesuaikan perilaku agar diterima	9. 33. 37.	10. 34. 38.	6	

Aspek	Indikator	No Item		Jumlah	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
Pengaruh Sosial Informasional	Menerima pandangan kelompok sebagai lebih tepat	3. 11. 19. 27	4. 12. 20. 28	8	50%
	Perubahan keyakinan/penilaian internal karena menganggap kelompok lebih akurat (konsekuensi kognitif)	15. 23. 39	16. 24. 40.	6	
	Mencari informasi dari kelompok sebelum bertindak	7. 31. 35.	8. 32. 36.	6	
Total		**20**	**20**	**40**	**100%**

Skala Perilaku Konsumtif adalah sebagai berikut :

Tabel 3.3
Blue Print Skala Prilaku Konsumtif

Aspek	Indikator	No Item		Jumlah	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
Pengeluaran untuk kenyamanan pribadi	Membeli barang yang tidak diperlukan demi memperoleh rasa nyaman	1. 17. 25	2. 18. 26	6	50%
	Berbelanja untuk mengurangi stres atau kebosanan	5. 13. 29	6. 14. 30	6	
	Memilih barang dengan harga lebih tinggi karena di anggap memberikan kepuasan	9. 21	10. 22	4	
	Melakukan pembelian secara spontan tanpa perencanaan	33. 37	34. 38	4	
Pengeluaran untuk menunjukkan status sosial	Membeli barang bermerek untuk menunjukkan status soasial	3. 15	4. 16	4	50%
	Mengikuti tren agar memperoleh pengakuan sosial	7. 19	8. 20	4	

Aspek	Indikator	No Item		Jumlah	Bobot
		Favorable	Unfavorable		
	Mengutamakan citra diri dibanding manfaat produk	11. 23. 39	12. 24. 40	6	
	Meniru pola konsumsi individu yang di anggap memiliki status sosial yang lebih tinggi	27. 31. 35	28. 32. 36	6	
Total		**20**	**20**	**40**	**100%**

E. Validitas dan Realibilitas

1. Validitas

Menurut Azwar (2022), validitas adalah sejauh mana suatu alat ukur mampu menjalankan fungsi pengukurannya secara tepat dan cermat. Salah satu jenis validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas isi, yang diperoleh melalui penilaian rasional atas kesesuaian isi instrumen oleh pihak yang kompeten melalui *professional judgement*. Dalam penelitian ini, dosen pembimbing berperan sebagai penilai ahli yang mengevaluasi kelayakan, kejelasan, dan keterwakilan masing-masing aitem dalam mengukur konstruk yang diteliti. *Proses professional judgement* ini dilakukan untuk memastikan bahwa setiap aitem benar-benar merepresentasikan keseluruhan cakupan materi yang hendak diukur, sekaligus mencerminkan karakteristik atribut yang menjadi fokus pengukuran (Azwar, 2022).

Setelah instrumen dinyatakan memenuhi syarat dari segi isi melalui penilaian oleh para ahli, langkah berikutnya adalah melakukan analisis validitas empiris. Priyatno (2022) mengungkapkan bahwa validitas aitem dapat diuji dengan mengamati nilai korelasi *corrected item-total correlation*, yang mengukur hubungan antara skor masing-masing aitem dan skor total instrumen. Aitem

dianggap valid jika memiliki nilai koefisien korelasi ≥ 0,30. Analisis validitas dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 untuk *Windows*

2. Reliabilitas

Reliabilitas berkaitan dengan kemampuan suatu alat ukur untuk memberikan data yang stabil dan konsisten. (Azwar, 2022) menerangkan bahwa alat ukur yang dapat dipercaya akan menghasilkan hasil yang tetap serupa ketika digunakan berkali-kali dalam kondisi dan pada subjek yang sama. Stabilitas hasil pengukuran ini menunjukkan bahwa alat ukur tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang baik dalam menilai konstruk yang sedang diteliti. Sebaliknya, jika alat ukur memberikan data yang bervariasi pada pengukuran yang berbeda, maka alat tersebut dianggap memiliki reliabilitas yang rendah. Maka dari itu, reliabilitas menunjukkan seberapa baik alat ukur mampu mempertahankan kestabilan hasil pengukuran dari waktu ke waktu.

Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS versi 27 untuk Windows. Koefisien alpha digunakan untuk menilai konsistensi internal antaritem pada alat ukur penelitian. Menurut Azwar (2022), suatu alat ukur dapat dianggap reliabel jika memiliki nilai koefisien reliabilitas ≥ 0,70, sedangkan nilai di bawah angka tersebut menandakan bahwa alat ukur belum memiliki tingkat keandalan yang memadai.

Tabel 3.4
Kategori Koefesian Reliabilitas

Rentang Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,19	Sangat Lemah
0,20 – 0,399	Lemah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

F. Metode Analisis Data

1. Uji Asumsi

Sebelum melaksanakan analisis regresi, penting bagi data penelitian untuk memenuhi beberapa asumsi statistik supaya hasil analisis dapat dipahami dengan tepat. Oleh karena itu, pada penelitian ini dilakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Tujuan dari pengujian asumsi ini adalah untuk memastikan bahwa data sesuai dengan model regresi yang diterapkan.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data penelitian memiliki sebaran yang normal atau hampir normal. Distribusi normal adalah salah satu syarat utama dalam melakukan analisis regresi. Dalam penelitian ini, pengujian normalitas dilaksanakan menggunakan Kolmogorov–Smirnov Test dengan bantuan software SPSS (Statistical Product and Service Solutions) versi 27. 0 untuk Windows. Kriteria untuk mengambil keputusan dalam uji normalitas ini adalah jika nilai signifikansi (p) lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), maka data tersebut dianggap berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi (p) kurang dari 0,05 ($p < 0,05$) tersebut dinyatakan tidak berdistribusi normal (Sugiyono 2023)

b. Uji linearitas

Sebelum melakukan analisis regresi, perlu dipastikan terlebih dahulu bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat bersifat linier, mengingat asumsi ini merupakan salah satu syarat penting agar model regresi dapat menghasilkan estimasi yang akurat. Dalam penelitian ini, pengujian dilakukan untuk melihat apakah pola hubungan antara Konformitas sebagai variabel bebas dan Perilaku Konsumtif sebagai variabel terikat membentuk garis lurus secara matematis, atau dengan kata lain, apakah perubahan pada variabel Konformitas diikuti secara konsisten oleh perubahan pada variabel Perilaku Konsumtif.

Pallant (2020) menegaskan bahwa keberadaan hubungan linier antar variabel menjadi prasyarat bagi analisis regresi, sebab tanpa hubungan yang linier, interpretasi terhadap koefisien regresi yang dihasilkan menjadi kurang tepat. Acuan pengambilan keputusan dalam uji ini didasarkan pada nilai signifikansi yang tertera pada baris *Linearity*, di mana hubungan antar variabel dinyatakan linier apabila nilai p berada di bawah 0,05, dan sebaliknya dinyatakan tidak memenuhi asumsi linearitas apabila nilai p berada di atas 0,05 (Sugiyono 2023). Pengujian linearitas dalam penelitian ini dilakukan melalui fitur *Test for Linearity* pada perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 27.0 for Windows.

2. Uji Regresi

Analisis regresi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan serta besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa analisis regresi dapat diterapkan dalam bentuk regresi linier sederhana, yaitu ketika penelitian hanya

melibatkan satu variabel bebas, maupun regresi linier berganda yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas.

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, karena penelitian hanya melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Analisis ini bertujuan untuk menguji sejauh mana variabel independen memberikan pengaruh terhadap variabel dependen. Proses pengolahan dan analisis data dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) *version 27.0 for Windows*. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji regresi linier sederhana ditentukan berdasarkan nilai signifikansi. Apabila nilai signifikansi menunjukkan $p < 0,05$, maka hasil analisis dinyatakan signifikan, sehingga Hipotesis Alternatif (Ha) diterima dan Hipotesis Nol (H_0) ditolak. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 ($p > 0,05$), maka Ha ditolak dan H_0 diterima.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Orientasi Kancah

Sebelum pelaksanaan penelitian dimulai, peneliti melakukan kunjungan orientasi lapangan ke Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, untuk memperoleh gambaran awal mengenai kesesuaian karakteristik subjek dan kondisi lokasi dengan fokus penelitian, yaitu pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif.

Lokasi ini dipilih karena mahasiswa Manajemen mempelajari mata kuliah terkait perilaku konsumen, pemasaran, dan pengambilan keputusan, sehingga lebih sering terpapar informasi mengenai produk, merek, gaya hidup, dan tren konsumsi. Selain itu, mahasiswa Manajemen berada pada usia dewasa awal yang aktif berinteraksi dalam lingkungan pertemanan kampus dan rentan terhadap tekanan sosial untuk menyesuaikan diri dengan norma kelompok, sehingga relevan untuk mengkaji hubungan konformitas dengan perilaku konsumtif. Pemilihan satu program studi juga bertujuan memperoleh karakteristik responden yang lebih homogen.

Peneliti juga memperoleh informasi bahwa Program Studi Manajemen memiliki 1.006 mahasiswa aktif, jumlah yang memadai untuk mendukung proses pengambilan sampel. Berdasarkan hasil tersebut, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala ditetapkan sebagai lokasi penelitian.

B. Pelaksanaan Penelitian

1. Pengurusan Surat Izin

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala pada tanggal 28 Juli – 08 Agustus 2026, Pengurusan surat izin penelitian merupakan salah satu tahapan administratif yang dilakukan sebelum pelaksanaan penelitian. Surat izin penelitian diperlukan sebagai bentuk persetujuan resmi agar peneliti dapat melaksanakan pengambilan data di lokasi penelitian. Peneliti mengajukan permohonan surat izin penelitian kepada Fakultas Psikologi Unmuha. Selanjutnya, Fakultas Psikologi Unmuha menerbitkan surat permohonan izin penelitian yang ditujukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala dengan Nomor 262/UM.M0/F/2026.

Berdasarkan surat permohonan tersebut, Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala memberikan izin kepada peneliti untuk melaksanakan penelitian yang dibuktikan dengan surat balasan Nomor 4486/UN11.F1/PK.03.08/2026. Setelah memperoleh izin, peneliti melaksanakan pengambilan data pada tanggal 28 Juli – 08 Agustus 2026 dengan menyebarkan skala penelitian secara daring menggunakan *Google Form* kepada mahasiswa aktif Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Syiah Kuala yang memenuhi kriteria sebagai responden penelitian. Sebelum mengisi skala, responden diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian, jaminan kerahasiaan data, serta kesediaan untuk berpartisipasi secara sukarela, sehingga proses pengambilan data dapat berlangsung sesuai dengan prosedur dan etika penelitian.

2. Penyusunan Alat Ukur

Peneliti merancang dua instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian yang disajikan dalam bentuk skala Likert, yaitu skala (X) Konformitas dan skala (Y) Perilaku Konsumtif. Penyusunan kedua skala dilakukan berdasarkan aspek-aspek yang diambil dari teori yang digunakan dalam penelitian ini. Skala Perilaku Konformitas disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Baron dan Byrne (2005) dengan jumlah 40 aitem. Sementara itu, skala Perilaku Konsumtif disusun berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Sumartono (2002) dengan jumlah 40 aitem.

C. Hasil Penelitian

1. Uji Instrumen

Sebelum pelaksanaan uji coba instrumen, peneliti terlebih dahulu menyusun alat ukur penelitian dengan mengacu pada aspek dan indikator dari masing-masing variabel, yaitu perilaku konformitas dan perilaku konsumtif. Proses penyusunan instrumen diawali dengan menetapkan indikator berdasarkan landasan teori yang digunakan, yang kemudian dijabarkan menjadi butir-butir pernyataan dalam bentuk skala psikologi.

Setelah rancangan instrumen tersusun, peneliti melakukan uji validitas isi (*content validity*) melalui penilaian ahli (*professional judgment*) yang dilakukan oleh dosen pembimbing, dengan tujuan menilai kesesuaian antara aspek, indikator, dan butir pernyataan agar setiap aitem benar-benar mampu mengukur konstruk yang diteliti. Berdasarkan masukan yang diberikan, peneliti melakukan sejumlah revisi terhadap redaksi dan isi aitem sehingga sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan. Setelah seluruh aitem dinyatakan sesuai, peneliti menyusun instrumen

penelitian berdasarkan blueprint yang telah dibuat untuk selanjutnya digunakan dalam tahap uji coba instrumen.

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa setiap aitem dalam instrumen penelitian benar-benar mampu mengukur aspek yang menjadi sasaran pengukuran. Dalam penelitian ini, pengujian validitas dilakukan melalui teknik *expert judgement*, yaitu dengan meminta penilaian dari dosen pembimbing yang bertindak sebagai ahli dalam bidang keilmuan terkait.

b. Diskriminasi Item

Peneliti mendistribusikan skala kepada 31 responden yang merupakan mahasiswa aktif Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala, yang dipilih secara acak untuk keperluan *try out* instrumen. Selanjutnya, dilakukan analisis diskriminasi aitem menggunakan uji reliabilitas *Cronbach's Alpha* dengan bantuan SPSS *Version 27.0 for Windows*, yang menghasilkan nilai *Corrected Item-Total Correlation* sebagai acuan dalam menyeleksi kelayakan aitem. Suatu aitem dinyatakan layak digunakan apabila memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari 0,30. Hasil diskriminasi aitem pada skala Konformitas dan Perilaku Konsumtif dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Diskriminasi Aitem

Variabel	Jumlah Aitem Awal	Aitem Gugur	Item Valid
Konformitas (X)	40	0	40
Perilaku Konsumtif (Y)	40	0	40

Sumber: Pengolahan Data SPSS *Ver* 27.0 *for Windows*, Tahun 2026

Berdasarkan data pada tabel di atas, dapat diketahui bahwa pada variabel konformitas maupun perilaku konsumtif tidak terdapat aitem yang gugur, karena seluruh aitem telah memenuhi nilai *Corrected Item-Total Correlation* > 0,30. Dengan demikian, seluruh aitem pada kedua skala tersebut dinyatakan layak digunakan dalam penelitian ini.

c. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen dalam mengukur variabel Perilaku Konsumtif. Pengujian reliabilitas menggunakan teknik *Cronbach's Alpha* dengan bantuan program SPSS. Instrumen dinyatakan reliabel apabila memiliki nilai *Cronbach's Alpha ≥ 0,70.*

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Jumlah Aitem	Keterangan
Konformitas (X)	0,968	40	Sangat reliabel
Perilaku Konsumtif (Y)	0,974	40	Sangat reliabel

Sumber: Pengolahan Data SPSS Ver 27 .0 *for Windows*, Tahun 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menggunakan teknik Cronbach's Alpha, diperoleh nilai koefisien reliabilitas skala konformitas sebesar 0,968 dengan jumlah 40 aitem, sedangkan skala perilaku konsumtif memperoleh nilai koefisien reliabilitas sebesar 0,974 dengan jumlah 40 aitem. Kedua nilai *Cronbach's Alpha* tersebut berada di atas batas minimum 0,70, bahkan berada di atas 0,90, sehingga menunjukkan bahwa kedua instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Dengan demikian, kedua instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian mengenai pengaruh konformitas

terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala.

2. Deskripsi Subjek dan Data Penelitian

a. Subjek Penlitian

Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala. Penentuan jumlah subjek dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin pada taraf kesalahan 5%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 286 responden dari total populasi sebesar 1.006 mahasiswa aktif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap individu dalam populasi untuk terpilih menjadi responden penelitian. Jenis *probability sampling* yang diterapkan secara spesifik adalah *simple random sampling*, di mana proses pemilihan responden dilakukan secara acak tanpa mempertimbangkan perbedaan tingkatan, angkatan, maupun kelompok tertentu dalam populasi, sehingga setiap mahasiswa memiliki kesempatan yang setara untuk terpilih. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring dengan memanfaatkan *platform Google Form* kepada responden yang telah memenuhi kriteria penelitian yang ditetapkan.

Sebelum penelitian utama dilaksanakan, peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba (*try out*) terhadap instrumen penelitian dengan tujuan untuk menguji validitas dan reliabilitas skala yang akan digunakan dalam pengumpulan data. Mengacu pada pendapat Sugiyono (2023) yang menyatakan bahwa uji coba

instrumen idealnya dilakukan terhadap minimal 30 responden, peneliti dalam hal ini melibatkan 31 responden yang memiliki karakteristik serupa dengan subjek penelitian, yaitu mahasiswa aktif Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, namun bukan berasal dari mahasiswa yang nantinya menjadi bagian dari sampel utama penelitian.

Pemisahan responden antara tahap uji coba dan penelitian utama ini bertujuan untuk memastikan bahwa data hasil uji coba tidak memengaruhi data penelitian utama, sekaligus menghindari kemungkinan terjadinya pengisian instrumen oleh responden yang sama pada kedua tahap penelitian tersebut. Data yang diperoleh dari tahap *try out* hanya digunakan untuk keperluan analisis validitas dan reliabilitas instrumen, sehingga tidak diikutsertakan dalam proses analisis data pada penelitian utama.

Setelah instrumen dinyatakan valid dan reliabel, peneliti kemudian melanjutkan ke tahap penelitian utama dengan menyebarkan kuesioner kepada 286 mahasiswa aktif Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala yang telah memenuhi kriteria sebagai subjek penelitian, dengan responden yang sepenuhnya berbeda dari responden pada tahap *try out*. Deskripsi responden dalam penelitian ini kemudian dikelompokkan berdasarkan beberapa aspek, yaitu jenis kelamin, usia, semester, status tempat tinggal, rata-rata uang saku per bulan, frekuensi berkumpul dengan teman, media sosial yang paling sering digunakan, serta *platform* belanja daring yang paling sering digunakan. Gambaran menyeluruh mengenai karakteristik responden tersebut disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.3
Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	156	54,5%
Perempuan	130	45,5%
Total	**286**	**100%**

Tabel 4.4
Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Presentase
19 Tahun	36	12,6%
20 Tahun	91	31,8%
21 Tahun	73	25,5%
22 Tahun	52	18,2%
23 Tahun	21	7,3%
24 Tahun	9	3,1%
25 Tahun	4	1,4%
Total	286	100%

Tabel 4.5
Deskripsi Responden Berdasarkan Semester

Semester	Frekuensi	Presentase
Semester 2	42	14,7%
Semester 4	104	36,4%
Semester 6	81	28,3%
Semester 8	48	16,8%
Semester >8	11	3,8%
Total	**286**	**100%**

Tabel 4.6
Deskripsi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal

Status Tempat Tinggal	Frekuensi	Presentase
Kos	207	72,4%
Bersama Orang Tua	79	27,6%
Total	**286**	**100%**

Tabel 4.7
Deskripsi Responden Berdasarkan Rata-Rata Uang Saku per Bulan

Uang Saku Per Bulan	Frekuensi	Presentase
<Rp500.000	13	4,5%
Rp500.000 – Rp1.000.000	67	23,4%
Rp1.000.000 – Rp2.000.000	124	43,4%
> Rp2.000.000	82	28,7%
Total	**286**	**100%**

Tabel 4.8
Deskripsi Responden Berdasarkan Frekuensi Berkumpul dengan Teman

Berkumpul Dengan Teman	Frekuensi	Presentase
Setiap Hari	88	30,8%
2-3 Kali Seminggu	158	55,2%
Jarang	40	14,0%
Total	**286**	**100%**

Tabel 4.9
Deskripsi Responden Berdasarkan Platform Belanja Daring yang Paling Sering Digunakan

Media Sosial	Frekuensi	Presentase
Shopee	117	40,9%
TikTok Shop	94	32,9%
Tokopedia	53	18,5%
Lazada	22	7,7%
Total	**286**	**100%**

Deskripsi responden tersebut menunjukkan bahwa penelitian ini telah melibatkan mahasiswa aktif Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala dari berbagai angkatan dan semester, sesuai dengan *teknik simple random sampling* yang digunakan, di mana setiap mahasiswa memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai responden tanpa memandang tingkatan atau angkatan tertentu.

b. Deskripsi Data Penelitian

Data dalam penelitian ini disusun secara deskriptif guna memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai kondisi setiap variabel yang diteliti. Skor yang diperoleh dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi, baik pada variabel konformitas maupun perilaku konsumtif. Pengelompokan tersebut mengacu pada nilai mean dan standar deviasi yang dihasilkan dari analisis data. Nilai mean dan standar deviasi untuk variabel konformitas dan perilaku konsumtif disajikan pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Deskripsi Data Penelitian

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Konformitas (X)	286	52	149	115.14	23.920
Perilaku Konsumtif (Y)	286	48	149	104.85	30.424

Sumber: Pengolahan Data SPSS *Ver* 27.0 *for Windows*, Tahun 2026

Analisis terhadap tingkat konformitas dan perilaku konsumtif pada setiap subjek penelitian dilakukan dengan mengacu pada pedoman kategorisasi yang dikemukakan oleh Azwar (2022). Pedoman ini digunakan sebagai dasar untuk mengelompokkan skor subjek ke dalam kategori tertentu berdasarkan hasil pengukuran yang telah diperoleh. Adapun kriteria kategorisasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11
Kategorisasi Norma

Kategorisasi	Norma
Rendah	$X < (M - 1SD)$
Sedang	$(M - 1SD) \leq X < (M + 1SD)$
Tinggi	$X \geq (M + 1SD)$

Keterangan :

X : Skor Individu

M : Mean (Rata-rata)

SD : Standar Deviasi

Berdasarkan standar kategorisasi tersebut, dapat diketahui rentang skor pada setiap kategori untuk Konformitas dan Perilaku Konsumtif adalah berikut:

Tabel 4.12
Perhitungan Kategorisasi Variabel Konformitas

Kategori	Rumus	Perhitungan	Rentan Skor
Rendah	X < (M - 1SD)	X < (115.14 – 23.920) = X < (**91,22**)	X ≤ 91
Sedang	(M - 1SD) ≤ X < (M + 1SD)	(115.14 – 23.920) ≤ X < (115.14 + 23.920) = (**91,22**) ≤ X < (**139,06**)	91 ≤ X < 139
Tinggi	X ≥ (M + 1SD)	X ≥ (115.14 + 23.920) = X ≥ (**139,06**)	X ≥ 139

Sumber: Pengolahan Data SPSS *Ver* 27.0 *for Windows,* Tahun 2026

Tabel 4.13
Perhitungan Kategorisasi Variabel Perilaku Konsumtif

Kategori	Rumus	Perhitungan	Rentan Skor
Rendah	X < (M - 1SD)	X < (104.85 – 30.424) = X < (**74,426**)	X ≤ 74
Sedang	(M - 1SD) ≤ X < (M + 1SD)	(104.85 – 30.424) ≤ X < (104.85 + 30.424) = (**74,426**) ≤ X < (**135,274**)	74 ≤ X < 135
Tinggi	X ≥ (M + 1SD)	X ≥ (102,19 + 17,939) = X ≥ (**135,274**)	X ≥ 135

Sumber: Pengolahan Data SPSS *Ver* 27.0 *for Windows,* Tahun 2026

Tabel 4.14
Kategori Data Penelitian

Variabel	Rendah	Sedang	Tinggi	N
Konformitas	52-91	92-139	140-149	286
	35 (12.2%)	204 (71.3%)	47 (16.4%)	
Perilaku Konsumtif	48-74	75-135	136-149	286
	69 (24.1%)	164 (57.3%)	53 (18.5%)	

Sumber: Pengolahan Data SPSS *Ver* 27.0 *for Windows,* Tahun 2026

Berdasarkan Kategorisasi variabel konformitas dilakukan menggunakan pedoman *Mean ± 1 Standar Deviasi*, sehingga diperoleh tiga kelompok kategori, yaitu rendah pada rentang skor 52-91, sedang pada rentang skor 92-139, dan tinggi pada rentang skor 140-149. Berdasarkan hasil analisis terhadap 286 responden, diketahui bahwa 35 responden (12,2%) tergolong dalam kategori rendah, 204 responden (71,3%) tergolong dalam kategori sedang, dan 47 responden (16,4%) tergolong dalam kategori tinggi. Data ini memperlihatkan bahwa mayoritas mahasiswa berada pada tingkat konformitas kategori sedang. Artinya, sebagian besar mahasiswa cukup terpengaruh untuk menyelaraskan sikap, pandangan, maupun tindakannya dengan norma atau tekanan yang berasal dari kelompok, misalnya dalam mengikuti tren, gaya hidup, atau kebiasaan teman sebaya, meskipun kecenderungan ini belum tergolong sangat kuat maupun sangat lemah. Di sisi lain, masih ditemukan sebagian mahasiswa yang berada pada kategori rendah maupun tinggi, sehingga terlihat adanya keberagaman tingkat konformitas di kalangan mahasiswa.

Sementara itu, kategorisasi variabel perilaku konsumtif dengan pedoman yang sama menghasilkan kategori rendah pada rentang skor 48-74, sedang pada rentang skor 75-135, dan tinggi pada rentang skor 136-149. Dari 286 responden, tercatat 69 responden (24,1%) berada pada kategori rendah, 164 responden (57,3%) berada pada kategori sedang, dan 53 responden (18,5%) berada pada kategori tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki perilaku konsumtif pada tingkat sedang, yang berarti pembelian barang atau jasa yang mereka lakukan tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga

dipengaruhi oleh faktor lain seperti tren, gaya hidup, dan lingkungan sosial, meski belum sampai pada taraf yang tinggi. Selain itu, masih terdapat sebagian mahasiswa dengan kecenderungan perilaku konsumtif pada kategori rendah maupun tinggi.

3. Uji Asumsi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data penelitian berdistribusi normal sebagai salah satu syarat dalam analisis data. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan menggunakan metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan bantuan *SPSS version 27 for windows*. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (p) > 0,05, sedangkan apabila nilai signifikansi (p) < 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Hasil pengujian normalitas terhadap data penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.15
Hasil Uji Normalitas

Variabel	N	Sig.	Keterangan
Konformitas (X) Perilaku Konformitas (Y)	286	**0.000**	Tidak Normal

Sumber: Pengolahan Data SPSS *Ver* 27.0 *for Windows*, Tahun 2026

Berdasarkan Tabel hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 (p < 0,05), yang menunjukkan bahwa data penelitian secara statistik tidak memenuhi asumsi distribusi normal. Untuk memperkuat hasil tersebut, peneliti juga melakukan pengujian non-parametrik melalui metode *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan memperhatikan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* dan *Monte Carlo Sig. (2-tailed)* Hasil pengujian menunjukkan bahwa kedua nilai signifikansi tersebut sama-sama sebesar 0,000 (p

< 0,05), sehingga konsistensi hasil dari ketiga pendekatan tersebut semakin memperkuat bahwa data penelitian tidak berdistribusi normal.

Namun demikian, berdasarkan prinsip *Central Limit Theorem*, jika N > 30 maka sudah dapat diasumsikan data memenuhi asumsi berdistribusi normalitas. Penelitian ini melibatkan 286 responden (N = 286), sehingga ukuran sampel yang digunakan telah memenuhi pertimbangan tersebut. Dengan demikian, meskipun hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, analisis selanjutnya tetap dapat dilanjutkan menggunakan pendekatan statistik parametrik, yaitu regresi linear sederhana, untuk menguji pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan (Aditya 2024) dan (Putri 2024)

b. Uji Lineriaritas

Pengujian linearitas pada penelitian ini dilakukan dengan teknik *Test for Linearity*, yang digunakan untuk memastikan apakah hubungan antara dua variabel yang diteliti sesuai dengan model linear. Suatu hubungan antarvariabel dinyatakan bersifat linear apabila nilai signifikansinya (p) berada di bawah 0,05, sedangkan apabila nilai p melampaui 0,05, hubungan tersebut dinyatakan tidak linear. Hasil pengujian linearitas antara variabel Konformitas dan Perilaku Konsumtif dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.16
Hasil Uji Lineriaritas

Variabel	F	Sig.	Keterangan
Konformitas (X) Perilaku Konsumtif (Y)	160.219	**0.000**	Lineriar

Sumber: Pengolahan Data SPSS *Ver* 27.0 *for Windows,* Tahun 2026

Mengacu pada tabel di atas, diperoleh nilai Sig. Linearity sebesar 0,000, yang berarti berada di bawah 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel Konformitas (X) dan variabel Perilaku Konsumtif (Y).

4. Uji Regresi

Uji regresi merupakan teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui hubungan serta besarnya pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengestimasi perubahan nilai variabel dependen berdasarkan variasi yang terjadi pada variabel independen. Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa analisis regresi dapat diterapkan dalam bentuk regresi linier sederhana, yaitu ketika penelitian hanya melibatkan satu variabel bebas, maupun regresi linier berganda yang melibatkan lebih dari satu variabel bebas.

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui sejauh mana Konformitas berkontribusi terhadap Perilaku Konsumtif pada responden penelitian. Pengambilan kesimpulan pada analisis ini didasarkan pada nilai signifikansi (Sig.), di mana apabila nilai Sig. berada di bawah 0,05, maka dapat diinterpretasikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel, sehingga Hipotesis Alternatif (Ha) diterima dan Hipotesis Nol (H_0) ditolak. Sebaliknya, apabila nilai Sig. berada di atas 0,05 ($p > 0,05$), maka tidak ditemukan pengaruh yang signifikan, sehingga H_0 diterima dan Ha ditolak.

Hasil analisis regresi linear sederhana tersebut disajikan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.17
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Variabel	Unstandardized Coefficients		T	Sig
	B	Std.Error		
Constant	19.118	7.195	2.657	0.008
Konformitas	0.745	0,061	12.168	**0.000**

Sumber: Pengolahan Data SPSS *Ver* 27.0 *for Windows,* Tahun 2026

Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang diperoleh adalah 0,000, yang berada di bawah ambang batas 0,05 (0,000 < 0,05). Dengan demikian, sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan Konformitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif.Uji Koefesien Determinasi.

b. Uji Koefesien Determinasi

Setelah diketahui bahwa Konformitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Perilaku Konsumtif, analisis kemudian dilanjutkan untuk mengukur seberapa besar kontribusi yang diberikan variabel Konformitas dalam memengaruhi Perilaku Konsumtif. Pengukuran ini dilakukan melalui uji koefisien determinasi (R Square), yang menunjukkan persentase variasi pada variabel Perilaku Konsumtif yang dapat dijelaskan oleh variabel Konformitas. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin besar pula kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Adjusted R Square
1	.343	.340

Sumber: Pengolahan Data SPSS *Ver* 27.0 *for Windows,* Tahun 2026

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai R Square sebesar 0.343 atau 34.3%. Nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel Konformitas (X) mampu menjelaskan variabel Perilaku Konsumtif (Y) sebesar 34.3%, sedangkan sisanya yaitu 65.7% (100 – nilai R Square) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

D. Pembahasan

Hasil analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), sehingga hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak. Berdasarkan hasil penelitian, konformitas memberikan pengaruh terhadap perilaku konsumtif sebesar 34,3%. Temuan ini mengindikasikan bahwa konformitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala. Semakin tinggi tingkat konformitas yang dimiliki mahasiswa terhadap norma dan tekanan kelompok sosialnya, semakin tinggi pula kecenderungan mereka untuk menunjukkan perilaku konsumtif.

Temuan ini sejalan dengan konsep konformitas yang dikemukakan oleh Baron dan Byrne (2005), yang mengidentifikasi dua jalur utama terbentuknya konformitas, yaitu pengaruh sosial normatif dan pengaruh sosial informasional. Pengaruh sosial normatif mendorong individu melakukan pengeluaran untuk merepresentasikan status sosial guna menghindari penilaian negatif dari kelompok, sedangkan pengaruh sosial informasional mendorong individu mengikuti pola konsumsi kelompok atas dasar keyakinan bahwa preferensi kelompok merefleksikan pilihan yang tepat. Kedua mekanisme tersebut relevan dengan

temuan penelitian ini, yang menunjukkan bahwa tekanan penyesuaian terhadap lingkungan sosial termanifestasi dalam bentuk kecenderungan konsumtif.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan sejumlah penelitian terdahulu. Andini dan Indrawati (2025) menemukan bahwa konformitas teman sebaya berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pada anggota komunitas Carat di Kota Semarang, meskipun dengan sumbangan efektif sebesar 4,8%. Sejalan dengan itu, Santosa dan Wibowo (2024) menemukan hubungan positif signifikan antara konformitas dan perilaku konsumtif pembelian merchandise K-pop pada remaja. Sementara itu, Ayu dan Dezianti (2021) mengidentifikasi pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi milenial dengan kontribusi sebesar 1,1%. Konsistensi arah temuan pada ketiga penelitian tersebut memperkuat hasil penelitian ini bahwa konformitas memiliki keterkaitan dengan munculnya perilaku konsumtif pada berbagai kelompok dan konteks penelitian.

Besaran kontribusi yang diperoleh dalam penelitian ini, yaitu 34,3%, tampak lebih besar dibandingkan persentase kontribusi yang dilaporkan dalam beberapa penelitian terdahulu. Perbedaan tersebut dapat berkaitan dengan adanya perbedaan karakteristik responden, konteks penelitian, serta kondisi lingkungan sosial pada masing-masing penelitian. Dalam penelitian ini, seluruh responden berasal dari Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, sehingga karakteristik lingkungan akademik dan sosial responden relatif lebih seragam. Selain itu, mahasiswa berada pada fase perkembangan yang masih menjadikan lingkungan pertemanan sebagai salah satu sumber pertimbangan dalam menentukan sikap dan perilaku. Kondisi tersebut dapat membuat pengaruh

kelompok sosial terhadap keputusan konsumsi menjadi lebih terlihat dalam konteks penelitian ini.

Pada kehidupan mahasiswa, pengaruh tersebut dapat muncul melalui berbagai bentuk interaksi dengan teman sebaya, seperti ketika mahasiswa memperoleh rekomendasi mengenai suatu produk, melihat teman menggunakan barang tertentu, atau mengikuti tren yang sedang berkembang di lingkungan pertemanan. Keinginan untuk menyesuaikan diri dengan kelompok dapat membuat mahasiswa mempertimbangkan pilihan konsumsi yang sebelumnya tidak menjadi kebutuhan utama. Dengan demikian, konformitas dapat menjadi salah satu faktor sosial yang mendorong mahasiswa untuk melakukan pembelian atau pengeluaran tertentu sebagai bagian dari penyesuaian terhadap lingkungan kelompoknya.

Meskipun konformitas terbukti berpengaruh secara signifikan, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel ini hanya mampu menjelaskan 34,3% varians perilaku konsumtif, sedangkan 65,7% sisanya dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini. Perilaku konsumtif merupakan fenomena multidimensional yang tidak semata-mata dipengaruhi oleh tekanan sosial, melainkan juga oleh orientasi pada kenyamanan pribadi (Sumartono 2002), kecenderungan hedonis (Ulya, 2021), serta aksesibilitas platform belanja digital dan paparan media sosial. Sebagaimana dikemukakan Alwis (2019), tekanan konformitas berpotensi membentuk fenomena kebutuhan semu (false needs), yakni persepsi kebutuhan yang muncul bukan dari kebutuhan aktual individu, melainkan dari konstruksi tekanan sosial kelompok, yang berlangsung secara simultan dengan

determinan psikologis dan situasional lain yang berada di luar cakupan penelitian ini.

Berdasarkan keseluruhan pembahasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa konformitas merupakan determinan yang signifikan dalam membentuk perilaku konsumtif mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala. Tekanan sosial normatif dan informasional yang bersumber dari lingkungan pertemanan mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan pola konsumsinya sebagai upaya memperoleh penerimaan sosial serta mempertahankan citra diri di dalam kelompok. Namun demikian, mengingat kontribusi konformitas belum melampaui separuh dari total varians perilaku konsumtif, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa terdapat faktor-faktor lain yang memiliki peran dalam menjelaskan perilaku konsumtif mahasiswa. Oleh karena itu, pemahaman mengenai perilaku konsumtif mahasiswa tidak hanya dapat dilihat dari pengaruh kelompok sosial, tetapi juga perlu mempertimbangkan faktor psikologis dan lingkungan lainnya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian mengenai pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Konformitas berpengaruh dan signifikan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswa Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Syiah Kuala, dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (Ha) dalam penelitian ini diterima. Artinya, semakin tinggi tingkat konformitas yang dimiliki mahasiswa, semakin tinggi pula kecenderungan mahasiswa untuk berperilaku konsumtif. Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R Square sebesar 0,343, yang berarti konformitas memberikan kontribusi sebesar 34,3% terhadap perilaku konsumtif, sedangkan 65,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti. Oleh karena itu, penguatan literasi keuangan dan kontrol diri perlu menjadi bagian dari strategi intervensi dalam menghadapi tekanan konsumsi di kalangan mahasiswa.
2. Mayoritas mahasiswa berada pada kategori sedang baik pada variabel konformitas maupun perilaku konsumtif. Pada variabel konformitas, sebanyak 204 mahasiswa atau 71,3% berada pada kategori sedang, sedangkan pada

variabel perilaku konsumtif sebanyak 164 mahasiswa atau 57,3% berada pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki kecenderungan untuk menyesuaikan sikap, pandangan, maupun tindakan dengan norma atau tekanan kelompok pada tingkat sedang. Pada saat yang sama, mahasiswa juga menunjukkan kecenderungan perilaku konsumtif pada tingkat sedang, yaitu perilaku pembelian yang tidak sepenuhnya didasarkan pada kebutuhan, tetapi juga dapat dipengaruhi oleh tren, gaya hidup, dan lingkungan sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa

Mahasiswa dapat menerapkan pengelolaan keuangan sederhana dalam kehidupan sehari-hari, seperti membuat anggaran pengeluaran bulanan dan menyusun skala prioritas antara kebutuhan dan keinginan. Pengelolaan tersebut dapat menjadi salah satu upaya untuk membantu mahasiswa mempertimbangkan keputusan pembelian secara lebih rasional, terutama ketika menghadapi pengaruh dari lingkungan pertemanan maupun tren konsumsi. Selain itu, mahasiswa dapat memberikan jeda sebelum melakukan pembelian terhadap barang yang tidak direncanakan, sehingga keputusan konsumsi dapat didasarkan pada kebutuhan dan kemampuan finansial pribadi, bukan semata-mata karena keinginan untuk mengikuti kelompok atau tren yang sedang berkembang.

2. Bagi Fakultas Ekonomi dan Institusi Pendidikan

Fakultas Ekonomi dan institusi pendidikan diharapkan dapat meningkatkan perhatian terhadap perilaku konsumtif mahasiswa melalui penyelenggaraan edukasi, seminar, maupun program literasi yang berkaitan dengan pengelolaan keuangan, literasi digital, dan pengambilan keputusan konsumsi yang rasional. Selain itu, institusi pendidikan diharapkan dapat memberikan pembinaan yang membantu mahasiswa dalam meningkatkan kontrol diri serta kemampuan menghadapi tekanan sosial dari lingkungan pertemanan, sehingga mahasiswa dapat lebih bijak dalam mengelola pola konsumsinya.

3. Bagi Praktisi Psikologi

Praktisi psikologi diharapkan dapat memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai salah satu referensi dalam mengembangkan program psikoedukasi maupun intervensi yang berkaitan dengan konformitas dan perilaku konsumtif pada mahasiswa. Program tersebut dapat diarahkan pada peningkatan kesadaran diri, kemampuan mengambil keputusan secara mandiri, kontrol diri, serta keterampilan dalam menghadapi tekanan sosial dari kelompok teman sebaya. Hal ini diharapkan dapat membantu mahasiswa mengurangi kecenderungan melakukan pembelian yang didorong semata-mata oleh keinginan untuk memperoleh penerimaan sosial atau mengikuti tren kelompok

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya disarankan untuk mengkaji faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi perilaku konsumtif mahasiswa karena dalam penelitian ini konformitas hanya mampu menjelaskan sebesar 34,3% variasi perilaku konsumtif,

sedangkan 65,7% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian. Penelitian berikutnya dapat mempertimbangkan variabel lain seperti kontrol diri, literasi keuangan, intensitas penggunaan media sosial, gaya hidup, maupun faktor psikologis dan lingkungan lainnya yang berpotensi memengaruhi perilaku konsumtif. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat menggunakan analisis regresi berganda agar dapat mengetahui kontribusi beberapa variabel secara bersamaan terhadap perilaku konsumtif. Penelitian juga dapat dilakukan pada karakteristik subjek, program studi, atau lingkungan pendidikan yang berbeda untuk memperoleh pemahaman yang lebih luas mengenai faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumtif pada mahasiswa.

Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambahkan karakteristik responden yang lebih lengkap pada bagian identitas atau deskripsi awal kuesioner, salah satunya dengan mencantumkan rata-rata uang saku atau pengeluaran mahasiswa setiap bulan. Data tersebut dapat digunakan sebagai informasi tambahan mengenai kondisi ekonomi responden dan dapat dianalisis lebih lanjut untuk melihat keterkaitannya dengan perilaku konsumtif mahasiswa.

DAFTAR PUSAKA

Aditya, L., Rosy, P., & Khadafie, M. (2024). *Pengaruh Pengelolaan Kawasan Hutan Terhadap Aspek Ekonomi Dan Sosial Pada Kelompok Perhutanan Sosial Batu Akik Kecamatan Sekongkang*. 2103–2112.

Agustina, A. Y., & Awnurropiq, A. (2022). Pengaruh Uang Saku Dan Gaya Hidup Terhadap Pola Konsumsi Mahasiswa Universitas Nahdlatul Ulama Indonesia. *Mozaic: Islam Nusantara*, *8*(1), 66–83.

Aisyah, S., & Rahmah, E. (2025). Peran Perpustakaan Dalam Mendukung Proses Pembelajaran Bagi Mahasiswa Universitas Negeri Padang. *Sanskara Pendidikan Dan Pengajaran*, *3*(01), 14–25.

Alwis, R. F. . T. D. P. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan, Gaya Hidup, Dankonformitas Terhadap Perilaku Konusmtif(Studi Kasus : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Diuniversitas Bung Hatta, Universitas Putra Indonesia,Dan Universitas Baiturrahmah). *Jurnal Mitra Manajemen*, *3*(6), 674–687.

Andini, V. F., & Indrawati, E. S. (2025). Hubungan antara konformitas teman sebaya dengan perilaku konsumtif terhadap merchandise pada anggota komunitas Carat di Kota Semarang. *Jurnal EMPATI*, *14*(2), 102–112.

Azwar, S. (2022). *Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2*. Pustaka Pelajar.

Baron, R. A., & Byrne, D. (2005). *Psikologi Sosial Jilid 2. Jakarta: Erlangga.* (Terjemahan: Ratna Djuwita).

Bulango, E., Panigoro, M., Mahmud, M., Bumulo, F., & Dama, M. N. (2025). Analisis Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Penelitian Ilmu Sosial Dan Eksakta*, 4(2), 184–198.

Deviyanti, N., & Jannah, M. (2022). Hubungan Antara Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Pada Atlet Mahasiswa. *Character Jurnal Penelitian Psikologi*, *9*(3), 13–22.

Dezianti, D. A. N., & Hidayati, F. (2021). Pengaruh konformitas terhadap perilaku konsumtif generasi milenial. *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi, 5*(2), 151–158.

Jennyya, V., Pratiknjo, M. H., & Rumampuk, S. (2021). Gaya Hidup Hedonisme Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. *HOLISTIK, Journal Of Social And Culture*.

Kurniawan, A. (2021). Pengertian Mahasiswa Menurut Para Ahli Beserta Peran Dan Fungsinya. *Dikutip Dari Https://Www. Gurupendidikan. Co. Id*.

Mulyadi, A., & Hakim, L. (2021). *Kata Kunci : Konformitas, Kedisiplinan, Resimen Mahasiswa*. *4*(1).

Mulyati, S. (2023). Pengaruh Transaksi E-Commerce Dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, *8*(1), 86–96. Https://Doi.Org/10.31932/Jpe.V8i1.2314

Myers, D. (2012). *Social Psychology: 11th Edition*. Mcgraw-Hill Higher Education. Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Fcs1aaaaqbaj

Pallant, J. (2020). *Ebook: SPSS Surival Manual: A Step By Step Guide To Data Analysis Using IBM SPSS*. Mcgraw-Hill Education (UK).

Pattipeilohy, S., Bahy, Y. F., & Tabo, J. (2025). Pengaruh Media Sosial Dan Literasi Ekonomi Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Institut Swadiri Pada Toko Online. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *2*(2), 2620–2627.

Permatasari, R., Noviandari, H., & Mursidi, A. (2021). Studi Deskriptif Dampak Psikologis Mahasiswa Program Studi Bimbingan Dan Konseling Universitas PGRI Banyuwangi Dalam Penyusunan Skripsi Di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Bina Ilmu Cendekia*, *2*(1), 127–141.

Priyatno, D. (2022). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa Dan Umum*.

Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, *2*(3), 103–110.

Putri, A. E. (2024). *Pengaruh Pembelajaran Berbasis Proyek Pada Mata Kuliah Topik Khusus Rekayasa Perangkat Lunak Terhadap Hardskill Mahasiswa*. *3*(2), 5–9.

Rahma, A. Z., & Wiyono, B. D. (2020). Studi Tentang Perilaku Konsumtif Siswa Yang Kecanduan Drama Korea Di SMAN 1 Manyar Gresik. *Jurnal BK UNESA*, *11*(2).

Ramadhan, D., Steffany, C., Ahmad, R., & Zanah, R. S. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Pustaka Aktiva (Pusat Akses Kajian Akuntansi, Manajemen, Investasi, Dan Valuta)*, *5*(1), 11–17. Https://Doi.Org/10.55382/Jurnalpustakaaktiva.V5i1.823

Risyawirasthi, E. L., & Dewi, D. K. (2022). Konformitas Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Surabaya Setelah Masa Perkuliahan Online. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, *9*(5), 196–205.

Sumartono. (2002). *Terperangkap dalam iklan. Cv*. Alfabeta: Bandung.

Santosa, P. P., & Wibowo, D. H. (2024). Hubungan Antara Konformitas Dan Perilaku Konsumtif Pembelian Merchandise K-Pop Pada Remaja. *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, *4*(2), 615–626.

Santrock, J. W. (2021). *Life-Span Development*. Mcgraw-Hill Education. Https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Opapzqeacaaj

Satiawan, Z., & Sidik, M. (2021). Metode Pendidikan Akhlak Mahasiswa. *Jurnal Mumtaz*, *1*(1), 53–64.

Setiawan, A. (2019). Hubungan Antara Perilaku Konformitas Dengan Perilaku Konsumtif Saat Belanja Online Shop. *Character : Jurnal Penelitian Psikologi*, *6*(4), 18.

Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D Metode Penelitian*.

Sukarno, N. F., & Indrawati, E. S. (2020). Hubungan Konformitas Teman Sebaya Dengan Gaya Hidup Hedonis Pada Siswa Di SMA PL Don Bosko Semarang. *Jurnal Empati*, *7*(2), 710–715.

Ulya, R. M., El Hakim, A. F. I., & Jamaluddin, M. (2021). Penerapan Konseling Behavior Untuk Mengurangi Kecenderungan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Psikologi 2018 UIN Malang. *Konseling Edukasi: Journal Of Guidance And Counseling*, *5*(2), 178–195.

LAMPIRAN

Lampiran 1. *Skala Try Out*

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Responden yang terhormat,

Perkenalkan, saya Ichsan Al Farabi (2209110054), mahasiswi dari Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh.

Saat ini saya sedang melaksanakan uji coba (*Try Out*) instrumen penelitian sebagai bagian penyusunan tugas akhir (skripsi), sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan teman-teman untuk berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang telah disediakan.

Seluruh data dan identitas responden akan dijamin kerahasiaannya, hanya digunakan untuk kepentingan penelitian, serta tidak akan dipublikasikan maupun disebarluaskan dalam bentuk apa pun.
Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Hormat saya,
Ichsan Al Farabi

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan

Skala Try Out Konformitas

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya ikut memilih produk yang sama dengan kelompok saya agar hubungan saya dengan teman tetap baik.				
2	Saya tetap memilih produk sesuai keinginan saya sendiri meskipun teman-teman mengharapkan saya memilih yang lain.				
3	Saya mempertimbangkan pendapat teman ketika bingung menentukan produk yang akan saya pilih.				

4	Saya jarang menjadikan pendapat teman sebagai pertimbangan penting ketika menentukan produk yang akan saya pilih.				
5	Saya mulai menyesuaikan gaya berbelanja saya setelah bergaul dengan lingkungan pertemanan saya.				
6	Saya tidak merasa perlu mengubah kebiasaan berbelanja saya meskipun berada dalam lingkungan pertemanan yang berbeda.				
7	Saya percaya teman dapat memberikan informasi yang membantu saya menentukan pilihan belanja yang tepat.				
8	Saya lebih mengandalkan penilaian sendiri daripada saran teman dalam menentukan pilihan belanja saya.				
9	Saya berusaha mengikuti kebiasaan berbelanja kelompok saya agar lebih mudah diterima.				
10	Saya tidak tertarik menyamakan pilihan produk saya dengan teman hanya agar dianggap bagian dari kelompok				
11	Saya bersedia mengubah pendapat apabila teman memberikan alasan yang lebih masuk akal.				
12	Saya tetap mempertahankan pendapat saya meskipun alasan yang disampaikan teman lebih masuk akal.				
13	Saya berusaha mengikuti keputusan yang telah disepakati oleh kelompok meskipun berbeda dengan pendapat saya.				
14	Saya tidak merasa perlu mengikuti keputusan kelompok apabila berbeda dengan pendapat saya.				
15	Setelah memperoleh informasi dari teman tentang suatu produk, saya bersedia mengubah rencana belanja saya.				
16	Saya jarang mengubah rencana belanja saya meskipun teman memberikan informasi yang lebih jelas tentang suatu produk.				
17	Saya mulai menyesuaikan cara bertindak setelah sering berinteraksi dengan teman-teman dalam kelompok.				
18	Saya tetap mempertahankan cara bertindak saya meskipun sering berinteraksi dengan kelompok.				

19	Saya menerima saran teman tentang produk yang sebaiknya saya pilih apabila saya yakin mereka lebih memahami hal tersebut.				
20	Saya tetap enggan menerima pendapat teman meskipun mereka lebih memahami situasi yang sedang dihadapi.				
21	Saya cenderung menyetujui apa yang dipilih kelompok saat berbelanja bersama demi menjaga keharmonisan hubungan dengan teman.				
22	Saya tidak mengubah keputusan hanya karena sebagian besar teman memilih hal yang berbeda.				
23	Saya mengubah cara berpikir setelah memperoleh informasi baru yang meyakinkan dari teman.				
24	Informasi dari teman jarang memengaruhi cara saya memahami suatu keadaan.				
25	Saya menyesuaikan cara berperilaku saya setelah mengetahui kebiasaan yang berlaku dalam kelompok.				
26	Saya tetap menunjukkan perilaku saya sendiri meskipun berbeda dengan kebiasaan kelompok.				
27	Saya menerima pandangan teman apabila menurut saya lebih logis daripada pendapat saya sendiri.				
28	Saya sulit menerima pandangan teman walaupun penjelasannya masuk akal.				
29	Saya mengikuti kesepakatan kelompok meskipun awalnya saya memiliki pilihan yang berbeda.				
30	Saya tetap berpegang pada pilihan sendiri walaupun seluruh teman memilih pilihan lain.				
31	Saya menggunakan masukan dari teman untuk membantu memahami situasi yang belum saya pahami.				
32	Saya tidak memerlukan masukan teman untuk memahami situasi yang saya hadapi.				
33	Saya menyesuaikan cara berperilaku agar lebih mudah diterima oleh teman-teman dalam kelompok.				
34	Saya tidak mengubah perilaku hanya karena teman-teman menganggapnya lebih baik.				

35	Saya mempercayai penilaian kelompok ketika mereka memiliki pengalaman yang lebih banyak daripada saya.				
36	Saya tetap lebih percaya pada penilaian sendiri meskipun teman memiliki pengalaman yang lebih banyak.				
37	Saya meniru perilaku teman yang saya anggap baik agar dapat menyesuaikan diri dalam kelompok.				
38	Saya tidak tertarik mengikuti perilaku teman meskipun banyak orang menilainya baik.				
39	Saya mengubah cara pandang saya apabila informasi dari teman terbukti lebih tepat.				
40	Saya tetap berpegang pada pandangan saya meskipun informasi dari teman lebih dapat dipercaya.				

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Lampiran 2.Tabulasi Data *Try Out Skala* Konformitas

Konformitas																																											
NO	**A1**	**A2**	**A3**	**A4**	**A5**	**A6**	**A7**	**A8**	**A9**	**A10**	**A11**	**A12**	**A13**	**A14**	**A15**	**A16**	**A17**	**A18**	**A19**	**A20**	**A21**	**A22**	**A23**	**A24**	**A25**	**A26**	**A27**	**A28**	**A29**	**A30**	**A31**	**A32**	**A33**	**A34**	**A35**	**A36**	**A37**	**A38**	**A39**	**A40**	**TOTAL**
1	4	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	**142**
2	2	1	3	3	2	2	4	2	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	3	2	2	3	4	2	2	4	3	2	2	2	2	2	2	4	3	**100**
3	2	2	3	2	3	2	2	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	**105**
4	3	3	3	3	4	3	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	**118**
5	3	3	3	3	4	4	4	3	1	1	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	**123**
6	2	2	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	**110**
7	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	**147**
8	2	1	3	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	**119**
9	3	1	3	4	3	2	4	1	2	3	4	1	4	2	4	4	3	1	3	3	1	2	4	2	3	1	4	4	4	2	4	4	3	3	4	2	1	3	4	2	**112**
10	2	1	3	3	3	2	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	**119**
11	4	2	3	3	2	1	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	**121**
12	2	1	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	**134**
13	1	1	3	3	4	3	4	4	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	**94**
14	2	1	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	2	2	2	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	**128**

15	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	3	3	**61**
16	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	**106**
17	3	3	4	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	4	3	3	2	3	3	4	3	3	3	**119**
18	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	1	2	1	1	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	**133**
19	3	2	2	2	3	2	4	3	4	3	2	2	2	2	4	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	**109**
20	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	**144**
21	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	**139**
22	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	**54**
23	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	**62**
24	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	**119**
25	3	2	4	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**117**
26	2	2	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	**108**
27	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	**113**
28	3	2	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	**117**
29	3	1	4	3	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	2	3	3	**116**
30	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	1	1	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	**110**
31	3	1	4	3	2	1	4	2	1	1	4	1	4	2	3	3	4	1	4	3	2	3	3	2	2	2	4	4	3	3	4	4	2	4	4	2	1	4	4	3	**111**

Lampiran 3.*Realibilitas Try Out Skala* Konformitas

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	40	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.968	40

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	110.58	455.185	.756	.966
A2	111.19	470.495	.358	.968
A3	110.00	463.867	.642	.967
A4	110.39	457.578	.820	.966
A5	110.26	457.531	.696	.967
A6	110.77	462.847	.572	.967
A7	109.84	465.940	.518	.967
A8	110.42	464.718	.533	.967
A9	110.81	464.495	.507	.968
A10	110.81	461.161	.619	.967
A11	110.10	454.490	.738	.966
A12	110.55	460.989	.635	.967
A13	110.29	458.946	.785	.966
A14	110.48	458.591	.795	.966
A15	110.19	466.361	.659	.967
A16	110.61	459.312	.742	.966
A17	110.29	455.346	.662	.967
A18	110.58	460.185	.599	.967
A19	110.03	459.899	.635	.967
A20	110.39	458.712	.785	.966
A21	110.61	469.245	.508	.967
A22	110.52	459.725	.676	.967
A23	110.29	455.013	.817	.966
A24	110.52	470.658	.518	.967
A25	110.35	469.237	.475	.968
A26	110.42	469.452	.511	.967
A27	110.23	468.714	.433	.968
A28	110.23	466.647	.516	.967
A29	110.32	464.559	.597	.967
A30	110.74	459.265	.778	.966
A31	110.16	463.206	.654	.967
A32	110.19	454.161	.820	.966
A33	110.26	457.998	.749	.966
A34	110.39	464.445	.695	.967
A35	110.13	460.316	.769	.966
A36	110.42	456.052	.808	.966
A37	110.55	455.323	.699	.967
A38	110.29	462.413	.722	.967
A39	110.06	465.596	.575	.967
A40	110.55	468.323	.514	.967

Skala Try Out* Perilaku *Konsumtif

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya membeli barang yang sebenarnya tidak saya perlukan karena membuat saya merasa lebih nyaman.				
2	Saya hanya membeli barang apabila benar-benar sesuai dengan kebutuhan saya.				
3	Saya cenderung memilih barang bermerek agar tidak terlihat berbeda dari teman-teman saya.				
4	Saya tidak merasa perlu memiliki barang bermerek yang sama dengan teman-teman saya untuk menunjukkan status saya.				
5	Saya berbelanja ketika merasa bosan agar suasana hati saya menjadi lebih baik.				
6	Saya tidak menjadikan kegiatan berbelanja sebagai cara menghilangkan rasa bosan.				
7	Saya membeli barang yang sedang tren agar tidak dianggap ketinggalan oleh lingkungan saya				
8	Saya tidak tertarik membeli barang hanya karena sedang menjadi tren.				
9	Saya merasa lebih puas apabila membeli barang yang harganya lebih mahal dari barang yang dimiliki teman saya.				
10	Saya tidak menganggap harga yang lebih mahal membuat suatu barang lebih memuaskan.				
11	Saya lebih mempertimbangkan apakah suatu barang membuat saya setara dengan teman-teman saya daripada manfaatnya.				
12	Saya lebih mengutamakan manfaat suatu barang daripada kesan yang ditimbulkannya di hadapan teman-teman.				
13	Saya membeli sesuatu ketika merasa tertekan agar perasaan saya menjadi lebih tenang.				
14	Ketika merasa tertekan, saya memilih melakukan kegiatan lain daripada berbelanja.				

15	Saya merasa lebih setara dengan teman-teman saya ketika menggunakan barang bermerek yang sama dengan mereka.				
16	Saya tidak mempersoalkan apakah barang yang saya gunakan sama dengan yang digunakan teman-teman saya atau tidak.				
17	Saya merasa puas setelah membeli barang meskipun barang tersebut bukan kebutuhan				
18	Saya menghindari membeli barang yang tidak saya perlukan hanya untuk memperoleh rasa senang.				
19	Saya mengikuti tren agar lebih mudah diterima dalam pergaulan.				
20	Saya tetap menggunakan barang yang saya miliki meskipun sudah tidak mengikuti tren.				
21	Saya bersedia membayar lebih mahal apabila barang tersebut memberikan kepuasan bagi saya.				
22	Saya lebih mempertimbangkan manfaat barang daripada harganya yang tinggi.				
23	Saya mempertimbangkan apakah suatu barang dapat membuat penampilan saya setara dengan teman-teman sebelum memutuskan untuk memilikinya.				
24	Saya tidak terlalu memikirkan kesan di mata teman-teman ketika memilih suatu barang.				
25	Saya membeli barang tertentu sebagai bentuk penghargaan untuk diri sendiri meskipun bukan kebutuhan yang mendesak.				
26	Saya tidak mudah membeli barang hanya karena ingin memanjakan diri.				
27	Saya tertarik membeli barang yang biasa digunakan oleh teman yang saya anggap memiliki status sosial tinggi.				
28	Saya tidak tertarik mengikuti kebiasaan berbelanja teman yang memiliki status sosial lebih tinggi.				
29	Berbelanja membantu saya melupakan masalah yang sedang saya hadapi untuk sementara waktu.				
30	Perasaan sedih atau jenuh tidak mendorong saya untuk membeli sesuatu.				
31	Saya menjadikan gaya hidup teman yang saya kagumi sebagai acuan ketika membeli barang.				

32	Saya membeli barang sesuai kebutuhan tanpa mengikuti gaya hidup orang lain.				
33	Saya sering membeli barang tanpa merencanakannya terlebih dahulu.				
34	Saya mempertimbangkan dengan matang sebelum membeli suatu barang.				
35	Saya terdorong membeli suatu barang setelah melihat teman yang saya kagumi menggunakannya.				
36	Saya tidak mudah terpengaruh oleh kebiasaan konsumsi teman yang saya anggap lebih berhasil.				
37	Saya membeli barang yang menarik perhatian saya meskipun sebelumnya tidak berniat membelinya.				
38	Saya tidak mudah tergoda membeli barang di luar rencana saya.				
39	Saya bersedia mengeluarkan uang untuk barang yang sama dengan teman-teman meskipun manfaatnya tidak jauh berbeda dengan barang lain				
40	Saya tidak tertarik memiliki suatu barang hanya untuk terlihat setara dengan teman-teman saya.				

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Lampiran 4.Tabulasi Data *Try Out Skala* Perilaku Konsumtif

Konsumtif																																											
NO	**A1**	**A2**	**A3**	**A4**	**A5**	**A6**	**A7**	**A8**	**A9**	**A10**	**A11**	**A12**	**A13**	**A14**	**A15**	**A16**	**A17**	**A18**	**A19**	**A20**	**A21**	**A22**	**A23**	**A24**	**A25**	**A26**	**A27**	**A28**	**A29**	**A30**	**A31**	**A32**	**A33**	**A34**	**A35**	**A36**	**A37**	**A38**	**A39**	**A40**	**TOTAL**
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	3	4	3	4	4	**127**
2	3	2	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	**75**
3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	**89**
4	3	3	3	2	4	4	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	3	3	2	2	4	2	2	2	4	3	2	2	4	3	2	1	3	3	2	3	4	3	3	2	**106**
5	1	1	2	3	1	1	1	1	1	4	4	1	2	1	1	1	2	2	1	1	3	1	2	1	3	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	3	2	3	1	**72**
6	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	**104**
7	1	1	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	1	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**122**
8	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**116**
9	2	1	1	2	2	2	3	3	4	4	1	3	3	3	1	3	1	2	2	1	1	2	3	4	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	**81**
10	2	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	4	3	2	1	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**106**
11	2	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	**58**
12	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	2	4	3	3	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	**67**
13	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	**62**
14	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	4	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	**68**

15	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	**58**
16	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	1	2	**87**
17	3	2	2	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	**119**
18	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	**140**
19	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	**109**
20	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	**96**
21	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	**144**
22	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	**61**
23	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	**61**
24	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	2	2	4	2	3	3	4	2	2	1	4	3	2	2	4	3	**113**
25	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	4	1	2	2	4	2	2	3	4	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	**97**
26	4	1	4	3	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	**111**
27	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	**107**
28	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	3	2	3	1	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	3	2	3	4	2	2	**103**
29	2	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	4	1	2	1	4	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	**74**
30	2	1	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	**96**
31	1	1	1	1	3	3	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	4	4	1	1	3	3	1	1	2	2	1	1	4	3	3	3	**71**

Lampiran 5. *Skala Realibilitas Try Out* Perilaku *Konsumtif*

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	40	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.974	40

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	92.17	592.902	.517	.974
A2	92.37	594.240	.478	.974
A3	92.03	581.895	.720	.973
A4	92.00	579.379	.772	.973
A5	91.87	587.016	.709	.973
A6	92.00	576.000	.785	.973
A7	91.83	576.764	.753	.973
A8	91.90	585.128	.765	.973
A9	92.00	587.793	.670	.973
A10	91.93	591.582	.482	.974
A11	91.87	583.499	.660	.973
A12	92.23	585.013	.753	.973
A13	92.00	590.966	.554	.974
A14	91.93	592.616	.504	.974
A15	91.97	583.206	.677	.973
A16	92.23	584.806	.682	.973
A17	92.00	578.828	.698	.973
A18	91.90	581.197	.825	.973
A19	91.87	573.361	.749	.973
A20	92.17	579.247	.827	.973
A21	91.67	590.506	.468	.974
A22	92.17	588.351	.671	.973
A23	91.70	580.217	.770	.973
A24	91.90	581.472	.741	.973
A25	91.60	582.317	.604	.974
A26	91.83	589.040	.695	.973
A27	92.07	581.237	.779	.973
A28	92.13	587.154	.652	.973
A29	91.67	580.092	.744	.973
A30	91.87	587.292	.702	.973
A31	91.93	583.582	.694	.973
A32	92.07	586.340	.623	.973
A33	92.03	585.275	.706	.973
A34	91.93	588.478	.639	.973
A35	91.77	588.254	.718	.973
A36	92.03	583.757	.787	.973
A37	91.63	578.792	.720	.973
A38	91.80	586.166	.690	.973
A39	91.63	583.689	.731	.973
A40	92.00	573.793	.866	.973

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Lampiran 6. Skala Penelitian

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Perkenalkan, saya Ichsan Al Farabi (2209110054), mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh sedang melaksanakan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir (skripsi).
Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi mengisi seluruh pernyataan/pertanyaan dalam kuesioner ini secara jujur sesuai dengan kondisi dan pengalaman yang Saudara/i rasakan. Tidak ada jawaban yang benar atau salah dalam kuesioner ini.
Seluruh data dan identitas responden akan dijamin kerahasiaannya, hanya digunakan untuk kepentingan penelitian, serta tidak akan dipublikasikan maupun disebarluaskan dalam bentuk apa pun.
Atas kesediaan dan partisipasi Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.
Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh
Hormat saya,
Ichsan Al Farabi

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin : a. Laki-Lak b. Perempuan
Rata-rata uang saku Perbulan : a. < Rp500.000 b. Rp500.000 - Rp1.000.000
c. Rp1.000.000 - Rp2.000.000 d. > Rp2.000.000

Frekuensi nongkrong/berkumpul dengan teman : a. Setiap hari b. 2-3 kali seminggu
c. Jarang

Media sosial yang paling sering digunakan : a. Instagram b. Tiktok c. WhatsApp
d. You Tobe e. X (Twitter) f. Facebook
g. Threads h. Yang lain

Platform belanja yang sering digunakan : a. Shopee b. Tokopedia c. Tiktok Shop
d. Lazada e. Yang Lain

Status tempat tinggal : a. Kos b. Tinggal Bersama Orang Tua

Semester : a. 2 b. 4 c. 6 d. 8 e. >8

Skala Penelitian Konformitas

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya ikut memilih produk yang sama dengan kelompok saya agar hubungan saya dengan teman tetap baik.				
2	Saya tetap memilih produk sesuai keinginan saya sendiri meskipun teman-teman mengharapkan saya memilih yang lain.				
3	Saya mempertimbangkan pendapat teman ketika bingung menentukan produk yang akan saya pilih.				
4	Saya jarang menjadikan pendapat teman sebagai pertimbangan penting ketika menentukan produk yang akan saya pilih.				
5	Saya mulai menyesuaikan gaya berbelanja saya setelah bergaul dengan lingkungan pertemanan saya.				
6	Saya tidak merasa perlu mengubah kebiasaan berbelanja saya meskipun berada dalam lingkungan pertemanan yang berbeda.				
7	Saya percaya teman dapat memberikan informasi yang membantu saya menentukan pilihan belanja yang tepat.				
8	Saya lebih mengandalkan penilaian sendiri daripada saran teman dalam menentukan pilihan belanja saya.				
9	Saya berusaha mengikuti kebiasaan berbelanja kelompok saya agar lebih mudah diterima.				
10	Saya tidak tertarik menyamakan pilihan produk saya dengan teman hanya agar dianggap bagian dari kelompok				
11	Saya bersedia mengubah pendapat apabila teman memberikan alasan yang lebih masuk akal.				
12	Saya tetap mempertahankan pendapat saya meskipun alasan yang disampaikan teman lebih masuk akal.				
13	Saya berusaha mengikuti keputusan yang telah disepakati oleh kelompok meskipun berbeda dengan pendapat saya.				

14	Saya tidak merasa perlu mengikuti keputusan kelompok apabila berbeda dengan pendapat saya.				
15	Setelah memperoleh informasi dari teman tentang suatu produk, saya bersedia mengubah rencana belanja saya.				
16	Saya jarang mengubah rencana belanja saya meskipun teman memberikan informasi yang lebih jelas tentang suatu produk.				
17	Saya mulai menyesuaikan cara bertindak setelah sering berinteraksi dengan teman-teman dalam kelompok.				
18	Saya tetap mempertahankan cara bertindak saya meskipun sering berinteraksi dengan kelompok.				
19	Saya menerima saran teman tentang produk yang sebaiknya saya pilih apabila saya yakin mereka lebih memahami hal tersebut.				
20	Saya tetap enggan menerima pendapat teman meskipun mereka lebih memahami situasi yang sedang dihadapi.				
21	Saya cenderung menyetujui apa yang dipilih kelompok saat berbelanja bersama demi menjaga keharmonisan hubungan dengan teman.				
22	Saya tidak mengubah keputusan hanya karena sebagian besar teman memilih hal yang berbeda.				
23	Saya mengubah cara berpikir setelah memperoleh informasi baru yang meyakinkan dari teman.				
24	Informasi dari teman jarang memengaruhi cara saya memahami suatu keadaan.				
25	Saya menyesuaikan cara berperilaku saya setelah mengetahui kebiasaan yang berlaku dalam kelompok.				
26	Saya tetap menunjukkan perilaku saya sendiri meskipun berbeda dengan kebiasaan kelompok.				
27	Saya menerima pandangan teman apabila menurut saya lebih logis daripada pendapat saya sendiri.				
28	Saya sulit menerima pandangan teman walaupun penjelasannya masuk akal.				

29	Saya mengikuti kesepakatan kelompok meskipun awalnya saya memiliki pilihan yang berbeda.				
30	Saya tetap berpegang pada pilihan sendiri walaupun seluruh teman memilih pilihan lain.				
31	Saya menggunakan masukan dari teman untuk membantu memahami situasi yang belum saya pahami.				
32	Saya tidak memerlukan masukan teman untuk memahami situasi yang saya hadapi.				
33	Saya menyesuaikan cara berperilaku agar lebih mudah diterima oleh teman-teman dalam kelompok.				
34	Saya tidak mengubah perilaku hanya karena teman-teman menganggapnya lebih baik.				
35	Saya mempercayai penilaian kelompok ketika mereka memiliki pengalaman yang lebih banyak daripada saya.				
36	Saya tetap lebih percaya pada penilaian sendiri meskipun teman memiliki pengalaman yang lebih banyak.				
37	Saya meniru perilaku teman yang saya anggap baik agar dapat menyesuaikan diri dalam kelompok.				
38	Saya tidak tertarik mengikuti perilaku teman meskipun banyak orang menilainya baik.				
39	Saya mengubah cara pandang saya apabila informasi dari teman terbukti lebih tepat.				
40	Saya tetap berpegang pada pandangan saya meskipun informasi dari teman lebih dapat dipercaya.				

Skala Penelitian Perilaku Konsumtif

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	Saya membeli barang yang sebenarnya tidak saya perlukan karena membuat saya merasa lebih nyaman.				
2	Saya hanya membeli barang apabila benar-benar sesuai dengan kebutuhan saya.				
3	Saya cenderung memilih barang bermerek agar tidak terlihat berbeda dari teman-teman saya.				

4	Saya tidak merasa perlu memiliki barang bermerek yang sama dengan teman-teman saya untuk menunjukkan status saya.				
5	Saya berbelanja ketika merasa bosan agar suasana hati saya menjadi lebih baik.				
6	Saya tidak menjadikan kegiatan berbelanja sebagai cara menghilangkan rasa bosan.				
7	Saya membeli barang yang sedang tren agar tidak dianggap ketinggalan oleh lingkungan saya				
8	Saya tidak tertarik membeli barang hanya karena sedang menjadi tren.				
9	Saya merasa lebih puas apabila membeli barang yang harganya lebih mahal dari barang yang dimiliki teman saya.				
10	Saya tidak menganggap harga yang lebih mahal membuat suatu barang lebih memuaskan.				
11	Saya lebih mempertimbangkan apakah suatu barang membuat saya setara dengan teman-teman saya daripada manfaatnya.				
12	Saya lebih mengutamakan manfaat suatu barang daripada kesan yang ditimbulkannya di hadapan teman-teman.				
13	Saya membeli sesuatu ketika merasa tertekan agar perasaan saya menjadi lebih tenang.				
14	Ketika merasa tertekan, saya memilih melakukan kegiatan lain daripada berbelanja.				
15	Saya merasa lebih setara dengan teman-teman saya ketika menggunakan barang bermerek yang sama dengan mereka.				
16	Saya tidak mempersoalkan apakah barang yang saya gunakan sama dengan yang digunakan teman-teman saya atau tidak.				
17	Saya merasa puas setelah membeli barang meskipun barang tersebut bukan kebutuhan				
18	Saya menghindari membeli barang yang tidak saya perlukan hanya untuk memperoleh rasa senang.				
19	Saya mengikuti tren agar lebih mudah diterima dalam pergaulan.				
20	Saya tetap menggunakan barang yang saya miliki meskipun sudah tidak mengikuti tren.				

21	Saya bersedia membayar lebih mahal apabila barang tersebut memberikan kepuasan bagi saya.				
22	Saya lebih mempertimbangkan manfaat barang daripada harganya yang tinggi.				
23	Saya mempertimbangkan apakah suatu barang dapat membuat penampilan saya setara dengan teman-teman sebelum memutuskan untuk memilikinya.				
24	Saya tidak terlalu memikirkan kesan di mata teman-teman ketika memilih suatu barang.				
25	Saya membeli barang tertentu sebagai bentuk penghargaan untuk diri sendiri meskipun bukan kebutuhan yang mendesak.				
26	Saya tidak mudah membeli barang hanya karena ingin memanjakan diri.				
27	Saya tertarik membeli barang yang biasa digunakan oleh teman yang saya anggap memiliki status sosial tinggi.				
28	Saya tidak tertarik mengikuti kebiasaan berbelanja teman yang memiliki status sosial lebih tinggi.				
29	Berbelanja membantu saya melupakan masalah yang sedang saya hadapi untuk sementara waktu.				
30	Perasaan sedih atau jenuh tidak mendorong saya untuk membeli sesuatu.				
31	Saya menjadikan gaya hidup teman yang saya kagumi sebagai acuan ketika membeli barang.				
32	Saya membeli barang sesuai kebutuhan tanpa mengikuti gaya hidup orang lain.				
33	Saya sering membeli barang tanpa merencanakannya terlebih dahulu.				
34	Saya mempertimbangkan dengan matang sebelum membeli suatu barang.				
35	Saya terdorong membeli suatu barang setelah melihat teman yang saya kagumi menggunakannya.				
36	Saya tidak mudah terpengaruh oleh kebiasaan konsumsi teman yang saya anggap lebih berhasil.				
37	Saya membeli barang yang menarik perhatian saya meskipun sebelumnya tidak berniat membelinya.				

38	Saya tidak mudah tergoda membeli barang di luar rencana saya.				
39	Saya bersedia mengeluarkan uang untuk barang yang sama dengan teman-teman meskipun manfaatnya tidak jauh berbeda dengan barang lain				
40	Saya tidak tertarik memiliki suatu barang hanya untuk terlihat setara dengan teman-teman saya.				

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Lampiran 7. Tabulasi Data Skala Penelitian Konformitas

	Konformitas																																									
NO	**A1**	**A2**	**A3**	**A4**	**A5**	**A6**	**A7**	**A8**	**A9**	**A10**	**A11**	**A12**	**A13**	**A14**	**A15**	**A16**	**A17**	**A18**	**A19**	**A20**	**A21**	**A22**	**A23**	**A24**	**A25**	**A26**	**A27**	**A28**	**A29**	**A30**	**A31**	**A32**	**A33**	**A34**	**A35**	**A36**	**A37**	**A38**	**A39**	**A40**	**TOTAL**
1	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	**111**
2	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	**107**
3	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	**58**
4	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	**106**
5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	**124**
6	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	3	3	2	4	3	3	2	4	1	3	2	4	2	3	2	3	3	4	2	3	1	2	2	3	2	3	3	3	2	**102**
7	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	**101**
8	2	2	3	3	2	2	2	2	1	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	**101**
9	2	2	3	1	3	2	4	2	2	3	2	4	2	1	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	4	2	**102**
10	2	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	**110**
11	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	**107**
12	3	1	4	2	3	3	3	1	2	1	3	2	3	3	3	3	3	1	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	**108**
13	1	2	3	3	1	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	**103**
14	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3	3	3	2	1	4	3	2	1	4	3	2	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	**116**

15	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	**106**
16	2	2	3	2	2	2	4	1	2	2	2	1	3	3	3	2	3	1	4	3	3	1	3	2	3	1	3	4	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	4	2	**98**
17	2	1	3	2	2	1	3	2	2	2	3	1	2	2	2	3	2	2	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	3	1	4	3	3	4	2	2	2	2	4	2	**97**
18	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	1	4	3	2	2	3	1	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	1	3	3	2	2	4	2	2	2	3	1	**95**
19	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	**139**
20	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3	2	2	3	4	3	2	2	3	3	1	2	4	3	3	3	4	**101**
21	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	**120**
22	2	1	3	3	2	1	3	1	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	**88**
23	3	4	4	4	3	4	2	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	**144**
24	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	**68**
25	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	**98**
26	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	**65**
27	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	**140**
28	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	**120**
29	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	**98**
30	2	1	3	3	2	1	3	1	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	1	3	3	2	2	2	3	**88**
31	3	1	3	4	3	2	3	3	4	2	1	2	4	1	1	2	4	2	3	4	1	2	4	1	3	2	4	2	4	1	3	2	4	2	2	2	1	1	4	2	**99**
32	1	2	4	2	1	2	2	2	1	2	4	2	3	2	3	1	1	1	3	1	3	4	3	2	1	2	4	4	4	1	3	2	3	2	2	2	1	2	1	2	**88**
33	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	**146**
34	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	**61**

35	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	**137**
36	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	**63**
37	2	2	3	3	2	1	3	3	1	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	1	3	3	**116**
38	1	2	3	3	2	2	3	1	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2	4	4	2	2	3	2	3	2	4	3	3	1	4	4	2	2	3	2	2	2	2	1	**96**
39	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	**131**
40	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	**131**
41	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	**98**
42	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	**132**
43	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	2	4	3	**120**
44	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	2	2	2	3	3	2	4	2	4	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	**98**
45	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	**128**
46	3	1	4	2	4	2	3	1	4	2	4	2	4	2	4	2	3	1	4	2	4	1	4	2	3	1	4	2	3	2	4	1	4	2	4	1	3	2	4	1	**106**
47	2	2	3	2	3	2	3	1	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	**104**
48	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	**133**
49	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	**113**
50	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	**137**
51	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	**137**
52	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	**136**
53	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	**131**
54	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	**137**

55	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	**137**
56	3	1	4	3	4	3	3	1	4	1	4	1	3	2	4	2	3	1	3	2	4	2	3	1	4	2	3	1	4	2	4	1	4	2	3	2	3	1	4	1	**103**
57	4	1	3	1	2	2	3	2	3	2	3	2	4	2	4	2	3	1	3	1	3	2	4	2	2	2	2	1	4	1	4	1	4	1	3	1	3	3	3	3	**97**
58	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	**129**
59	2	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	2	3	2	4	3	3	2	3	4	3	2	2	2	4	2	4	4	3	2	4	4	2	2	3	1	1	2	2	2	**100**
60	3	2	4	1	3	2	2	2	4	1	3	2	4	1	2	2	3	1	3	2	3	2	2	1	3	2	4	2	4	3	4	1	4	2	2	3	3	2	4	3	**101**
61	3	1	3	1	3	3	4	1	4	2	4	2	4	3	4	3	4	1	4	2	3	2	4	1	4	1	4	2	2	1	3	2	3	2	4	1	4	1	3	2	**105**
62	4	2	3	1	2	2	4	1	4	1	3	1	3	1	3	2	3	3	2	4	3	2	4	1	4	1	3	3	3	3	4	1	3	1	3	2	3	1	4	3	**101**
63	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	**52**
64	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	**144**
65	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	1	2	3	1	2	3	4	2	2	3	3	2	2	4	3	3	3	4	1	2	2	4	2	**97**
66	3	1	4	2	3	3	4	2	4	3	3	1	4	2	3	1	4	2	4	2	4	1	4	2	3	2	4	2	4	1	3	1	3	1	3	1	3	2	4	1	**104**
67	3	2	4	1	2	1	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	4	2	2	3	4	4	3	2	4	3	3	2	4	2	2	2	3	3	**104**
68	4	1	2	1	2	1	3	3	4	1	3	3	2	2	2	1	3	2	4	1	4	1	4	3	3	3	3	3	2	1	3	1	4	2	3	3	2	1	3	2	**96**
69	1	2	3	3	4	3	3	2	1	2	2	3	4	3	2	1	3	3	4	3	1	2	2	2	2	1	4	3	2	2	3	3	2	2	3	1	2	2	1	2	**94**
70	4	2	4	1	4	1	3	3	2	2	3	1	3	4	3	1	3	1	2	3	4	2	3	2	4	1	1	1	4	3	3	1	4	1	3	2	3	2	2	1	**97**
71	4	3	4	1	4	2	1	2	4	1	1	2	2	3	4	2	3	4	1	1	1	4	1	2	1	2	3	3	3	4	4	1	3	2	2	2	3	1	3	3	**97**
72	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	**134**
73	3	2	3	1	4	1	4	2	3	1	4	1	4	2	2	2	4	1	4	2	4	1	4	1	4	2	3	2	4	2	3	1	4	1	3	1	4	1	4	1	**100**
74	3	2	4	4	3	2	4	2	1	2	3	2	4	3	2	3	3	1	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	**121**

75	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	**136**
76	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**133**
77	3	1	4	1	3	4	2	1	2	2	3	2	3	2	1	1	4	3	2	1	4	2	4	1	4	1	4	1	2	3	2	4	3	1	2	2	4	1	4	2	**96**
78	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**134**
79	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	**100**
80	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**134**
81	4	2	4	1	3	2	3	1	4	2	3	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	1	3	3	4	1	3	2	3	2	3	1	4	1	4	1	3	3	**102**
82	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	**97**
83	3	1	3	2	4	2	4	2	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	1	**99**
84	4	1	3	2	4	2	3	1	4	2	3	1	3	2	4	2	4	1	4	2	3	2	4	2	3	2	4	2	4	2	4	2	4	1	3	2	3	1	4	1	**105**
85	3	2	4	1	3	1	3	1	3	1	4	2	3	2	4	1	3	2	4	1	3	2	4	3	3	1	4	2	4	1	4	1	4	1	3	2	3	1	3	1	**98**
86	2	1	4	2	1	1	3	1	1	2	3	3	1	2	4	1	1	1	3	3	2	1	3	1	3	1	3	2	1	2	3	1	4	2	4	2	1	1	3	1	**81**
87	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	**130**
88	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	**129**
89	3	1	3	2	3	3	3	1	3	2	4	2	3	3	3	1	3	1	4	2	4	2	4	2	4	1	4	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	3	4	2	**109**
90	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	**129**
91	3	2	4	4	4	3	3	2	4	4	4	1	3	4	3	3	4	1	4	3	3	4	4	2	4	2	3	4	3	1	3	1	1	3	3	1	4	2	4	2	**117**
92	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	1	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	**140**
93	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	**139**
94	4	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	**143**

95	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	**142**
96	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**138**
97	3	1	4	1	4	3	2	3	4	4	4	1	4	1	3	1	4	1	3	2	4	2	4	1	4	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	1	4	2	3	1	**105**
98	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	**143**
99	2	1	4	3	4	4	1	2	3	3	4	2	4	4	4	4	3	1	4	4	3	3	4	1	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	4	1	3	4	4	1	**122**
100	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	**145**
101	1	2	1	1	1	3	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	**61**
102	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	**135**
103	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	3	**140**
104	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	1	2	1	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	2	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	**124**
105	1	2	1	1	1	2	1	1	1	3	1	2	1	2	1	1	1	3	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	**61**
106	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	**136**
107	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	**58**
108	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	**144**
109	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	**134**
110	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	**146**
111	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	**139**
112	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	**140**
113	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	**138**
114	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	**141**

115	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	**133**
116	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	**140**
117	3	2	3	1	4	2	3	2	4	2	3	2	3	1	3	1	4	2	4	2	3	1	3	2	4	2	3	1	4	2	3	1	4	1	4	2	3	1	3	1	**99**
118	2	2	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	1	3	3	3	3	3	4	3	4	3	2	2	1	3	2	2	2	3	2	**100**
119	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	**137**
120	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	**144**
121	1	2	2	1	3	3	3	3	3	4	3	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	3	1	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	3	2	**94**
122	3	1	4	2	3	1	3	2	4	1	3	1	3	1	3	1	4	2	3	1	3	1	3	1	4	2	3	1	4	2	4	1	3	1	3	1	3	2	4	1	**93**
123	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	**141**
124	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	**144**
125	2	1	2	3	4	3	2	2	3	4	2	1	3	3	3	2	4	2	2	2	2	2	2	2	3	1	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	1	**98**
126	3	2	3	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	1	3	3	3	3	4	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	**107**
127	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	**95**
128	4	1	3	1	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	**101**
129	2	2	3	2	2	2	3	3	4	3	3	1	2	2	2	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	4	3	3	1	2	4	3	3	3	2	1	2	2	1	**94**
130	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	**143**
131	4	1	3	2	4	2	3	1	4	2	4	2	3	3	3	2	4	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	4	1	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	**115**
132	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	**58**
133	4	1	3	2	4	2	3	1	4	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	**100**
134	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	3	3	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	**62**

135	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**134**
136	4	1	3	2	3	1	4	2	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	**105**
137	2	2	1	1	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	1	3	3	3	3	3	2	1	1	**90**
138	4	1	4	2	3	1	3	2	4	2	3	1	4	2	3	2	4	1	3	1	3	1	4	3	3	1	3	2	4	1	4	2	3	2	4	2	3	2	3	1	**101**
139	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	**138**
140	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	2	2	2	2	1	2	1	**121**
141	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	2	1	4	4	3	2	1	3	3	2	1	2	2	2	1	1	**114**
142	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	**139**
143	2	1	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	**124**
144	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	**148**
145	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	**140**
146	3	3	3	4	3	4	4	4	1	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2	3	3	2	1	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	2	2	**107**
147	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	**144**
148	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	**140**
149	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	**137**
150	3	2	4	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	**128**
151	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	**141**
152	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	2	**141**
153	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	**140**
154	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	**146**

155	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	**142**
156	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	**141**
157	1	2	4	1	1	1	2	1	1	1	3	1	2	1	3	1	1	2	4	3	2	1	3	1	4	3	1	2	4	2	4	4	4	2	1	1	1	2	4	1	**83**
158	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	**144**
159	1	1	3	1	1	2	4	2	1	2	3	1	2	2	1	2	1	2	4	2	1	2	4	2	1	2	4	2	1	1	3	2	1	2	3	1	2	2	4	2	**80**
160	3	2	4	3	2	1	3	1	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	1	2	2	4	2	4	3	3	4	3	1	3	4	4	2	**120**
161	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	**147**
162	2	2	3	3	2	2	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	2	3	3	4	2	3	4	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2	4	3	**113**
163	2	2	4	2	1	2	3	1	1	2	4	2	2	1	3	2	1	2	4	1	2	2	4	2	1	1	3	1	1	2	4	1	1	2	4	2	1	2	4	1	**83**
164	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	**132**
165	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	**135**
166	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	**138**
167	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	**140**
168	4	3	3	4	4	3	4	4	1	1	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	**135**
169	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	**142**
170	4	3	3	4	1	2	4	4	1	2	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	**135**
171	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	**140**
172	4	4	3	4	4	4	4	4	2	1	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	**142**
173	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	**139**
174	4	4	3	4	2	1	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	**143**

175	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	**139**
176	3	3	4	3	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	**128**
177	4	3	3	2	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	**131**
178	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	**148**
179	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	**134**
180	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	2	3	3	4	2	2	1	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	3	3	2	**116**
181	1	1	3	1	1	2	4	1	2	2	3	1	1	1	3	2	2	1	3	1	1	2	4	4	3	1	3	1	1	2	4	2	1	2	3	1	1	2	4	2	**80**
182	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	**131**
183	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	**149**
184	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	**136**
185	2	1	3	4	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	4	3	1	2	2	3	4	2	3	4	3	1	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**99**
186	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	2	**100**
187	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2	2	2	2	2	2	2	**119**
188	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	4	3	1	2	2	1	2	2	3	4	3	1	4	3	1	2	4	3	3	3	4	2	**87**
189	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	4	2	3	4	3	3	4	3	**130**
190	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	3	2	3	3	2	1	1	1	2	1	**66**
191	4	2	4	4	3	4	3	2	1	2	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	3	1	1	1	2	1	3	4	3	2	3	4	3	4	4	2	3	4	4	2	**113**
192	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**132**
193	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	1	2	3	2	1	2	4	**72**
194	3	3	3	3	4	4	2	1	3	4	4	4	3	3	3	2	1	1	1	2	3	4	3	1	3	4	3	4	3	3	3	1	2	1	2	3	3	4	3	4	**111**

195	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	**68**
196	1	2	3	1	1	1	3	2	4	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	2	**64**
197	2	1	1	1	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	2	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	**96**
198	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	**60**
199	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	2	2	**91**
200	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	**132**
201	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	**130**
202	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	2	1	2	1	**122**
203	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	**137**
204	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	3	3	3	**63**
205	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	**67**
206	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	**145**
207	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	**143**
208	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	**129**
209	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**133**
210	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	**145**
211	3	3	3	4	4	3	3	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	**73**
212	3	1	3	4	3	3	4	2	4	2	3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	1	4	3	**129**
213	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	**138**
214	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	**67**

215	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	**55**
216	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	**59**
217	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	**147**
218	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	**54**
219	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	**67**
220	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	**130**
221	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	**135**
222	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	1	**137**
223	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	**130**
224	3	1	3	1	4	3	3	2	4	1	3	2	4	3	4	1	3	2	3	1	2	2	3	2	4	1	3	1	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	**97**
225	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	1	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	2	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	2	**116**
226	3	1	2	2	4	2	4	4	3	1	3	2	3	4	3	4	4	2	4	4	3	2	1	2	3	2	4	4	4	2	4	4	3	4	4	1	3	3	4	1	**117**
227	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	**132**
228	2	2	1	2	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	**110**
229	4	2	3	4	4	3	3	2	4	4	3	1	4	3	4	4	3	1	3	4	3	3	3	1	3	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	1	1	4	4	1	**121**
230	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	**131**
231	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	**141**
232	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	**129**
233	4	2	3	3	4	4	3	3	3	1	4	1	4	4	3	3	3	1	4	4	4	4	3	1	4	1	4	4	3	2	3	4	4	4	3	2	4	3	4	1	**123**
234	3	2	3	2	4	2	4	2	3	1	3	2	4	2	4	2	3	2	3	2	3	1	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	**100**

235	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	**130**
236	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	**132**
237	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	**140**
238	3	2	3	2	4	2	3	2	3	1	3	2	4	1	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	1	3	2	4	2	4	2	3	2	**103**
239	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	**134**
240	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	**131**
241	3	1	3	4	3	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	1	4	4	4	3	3	2	4	2	4	4	3	4	4	1	3	3	4	1	3	3	3	2	**126**
242	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	**140**
243	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	**134**
244	2	1	3	3	2	1	3	1	2	2	3	4	2	2	4	3	2	2	3	4	2	2	4	3	2	2	3	3	2	1	3	4	2	2	2	1	2	2	3	3	**97**
245	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	**143**
246	3	2	3	2	4	1	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	3	4	2	3	2	3	2	4	1	3	1	**100**
247	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	**132**
248	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	**141**
249	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	**138**
250	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**135**
251	3	1	4	2	4	2	3	2	3	1	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	4	2	4	2	3	2	3	2	3	1	4	2	3	2	3	2	4	1	4	2	**104**
252	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	2	2	1	1	3	2	3	4	4	3	3	1	4	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	**101**
253	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**135**
254	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	**130**

255	3	2	3	3	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	**127**
256	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	**133**
257	3	1	3	2	4	2	3	1	3	2	3	1	3	2	4	1	3	1	4	1	2	1	3	2	3	2	3	2	3	1	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	**93**
258	2	2	3	2	2	1	3	1	2	2	4	3	2	2	4	3	3	1	2	3	3	1	2	2	4	3	2	2	4	3	3	1	2	3	3	1	4	3	3	2	**98**
259	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	**134**
260	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**134**
261	4	2	3	3	4	3	4	1	3	4	4	2	3	2	3	3	3	1	4	3	4	4	4	2	1	1	3	3	4	2	3	4	4	3	4	2	2	3	4	2	**118**
262	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	**134**
263	3	2	4	1	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	3	1	3	1	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	**96**
264	4	3	3	3	4	3	3	1	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3	3	2	2	1	**126**
265	3	2	4	1	3	1	3	2	3	2	3	1	2	2	3	2	4	2	4	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	**101**
266	3	1	3	2	3	4	4	2	4	4	3	1	4	4	3	4	3	1	4	4	3	4	3	1	3	2	3	3	4	1	3	4	3	3	4	1	1	4	3	1	**115**
267	3	1	4	2	3	1	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2	2	1	3	2	3	1	3	1	3	1	3	1	3	1	3	3	3	2	4	2	3	1	**94**
268	3	1	3	1	3	2	3	2	4	2	4	2	3	2	4	2	4	2	3	2	4	1	3	2	3	2	2	2	4	2	4	2	3	2	3	1	4	1	3	2	**102**
269	3	1	3	3	4	3	4	3	4	4	4	2	4	1	3	3	3	2	4	2	4	2	3	1	3	2	3	4	3	1	3	3	3	1	3	1	1	1	2	1	**105**
270	4	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	1	4	2	**134**
271	3	1	3	1	3	3	3	2	4	1	3	3	4	3	3	1	4	1	3	3	3	3	4	1	4	2	3	2	2	2	3	2	3	3	4	2	4	3	3	1	**106**
272	3	1	3	2	4	2	3	2	3	2	4	2	3	2	4	2	3	2	3	1	3	1	3	2	3	1	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	1	**99**
273	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	3	1	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	4	3	**102**
274	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	3	4	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	4	2	3	1	3	3	4	2	3	3	1	2	3	2	4	1	**105**

275	4	2	3	1	2	1	3	3	3	2	3	2	4	2	3	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	4	2	4	2	3	2	3	2	**103**
276	3	2	1	2	4	2	3	1	3	3	3	1	3	3	4	1	3	2	3	2	4	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	2	2	4	2	3	3	4	1	**100**
277	3	2	3	1	3	1	3	2	3	1	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	3	2	4	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	**96**
278	2	2	3	2	3	3	2	2	4	2	2	1	3	2	4	1	3	4	3	2	4	3	3	2	3	2	4	2	4	2	3	2	2	2	3	2	3	1	3	2	**102**
279	3	1	3	3	2	1	4	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	4	1	2	2	1	4	4	1	1	4	4	1	1	4	3	1	3	4	3	**98**
280	3	2	2	2	4	2	3	3	3	1	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	4	3	3	2	3	1	2	2	3	1	4	3	3	2	4	2	2	2	4	2	**101**
281	2	1	4	1	2	1	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	1	2	3	3	2	1	4	4	3	2	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	**98**
282	2	1	4	3	1	4	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	4	4	3	2	3	3	2	2	3	3	**108**
283	1	2	3	2	3	2	4	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	**99**
284	2	2	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	**111**
285	4	3	4	2	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	**118**
286	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	**126**

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Lampiran 8.Tabulasi Data Skala Perilaku Konsumtif

Konsumtif																																												
NO	**A1**	**A2**	**A3**	**A4**	**A5**	**A6**	**A7**	**A8**	**A9**	**A10**	**A11**	**A12**	**A13**	**A14**	**A15**	**A16**	**A17**	**A18**	**A19**	**A20**	**A21**	**A22**	**A23**	**A24**	**A25**	**A26**	**A27**	**A28**	**A29**	**A30**	**A31**	**A32**	**A33**	**A34**	**A35**	**A36**	**A37**	**A38**	**A39**	**A40**	**TOTAL**
1	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	1	**86**
2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	1	1	1	2	**136**
3	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	**59**
4	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	**80**
5	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	**126**
6	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	3	2	1	3	2	3	2	2	3	2	2	**84**
7	4	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	**91**
8	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	**88**
9	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	**93**
10	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	**81**
11	2	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	**97**
12	2	2	2	2	3	3	2	2	2	1	2	1	2	1	3	1	2	3	2	2	3	1	2	1	3	3	2	2	4	2	1	1	3	1	1	2	3	3	2	1	**81**
13	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	**80**
14	1	1	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	1	**99**

15	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	1	4	1	4	1	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	3	4	1	2	**79**
16	2	2	4	3	3	3	3	3	4	3	1	2	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	3	2	4	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	2	3	3	4	2		**93**
17	2	1	2	1	2	2	2	1	3	3	1	1	2	1	2	2	3	1	2	1	2	1	2	1	3	3	2	2	3	2	1	1	2	1	2	2	3	2	2	2		**74**
18	2	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	3	2	1	3	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	2	3	3	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2		**78**
19	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3		**144**
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2		**106**
21	3	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1		**66**
22	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1		**58**
23	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3		**145**
24	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1		**66**
25	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		**92**
26	2	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1		**65**
27	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3		**141**
28	3	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1		**66**
29	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2		**77**
30	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1		**58**
31	4	2	1	2	2	2	1	1	1	2	4	1	3	1	4	2	1	2	1	1	1	2	4	4	3	1	3	1	2	1	3	1	1	2	3	1	1	2	1	1		**76**
32	1	2	1	2	4	2	1	2	4	2	1	2	1	2	2	1	3	2	2	1	1	2	4	2	4	2	1	2	2	1	4	2	4	2	1	1	3	2	1	2		**81**
33	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4		**146**
34	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1		**62**

35	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	**135**
36	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	**62**
37	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	**58**
38	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	1	3	2	1	2	3	2	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	**74**
39	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**131**
40	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	**130**
41	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	**78**
42	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**132**
43	3	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	**67**
44	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	1	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	**102**
45	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	**129**
46	3	3	1	4	3	1	4	2	4	1	3	1	4	1	3	4	4	1	2	1	4	1	3	4	3	1	4	1	3	2	4	1	3	2	3	1	4	2	4	2	**102**
47	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	**106**
48	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	**129**
49	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	**108**
50	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	**135**
51	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	**134**
52	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	**135**
53	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	**129**
54	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**136**

55	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	**136**
56	4	1	3	2	4	3	3	2	4	4	3	2	3	1	3	2	4	2	3	1	3	2	4	1	3	2	4	1	4	2	4	2	4	2	3	1	4	2	4	2	**108**
57	3	1	2	2	2	2	2	3	3	2	4	1	3	3	3	4	4	2	2	3	2	3	2	4	2	4	2	2	3	3	3	1	1	2	3	2	4	1	4	3	**102**
58	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	**130**
59	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	2	1	1	1	1	2	2	3	3	3	2	3	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	**75**
60	4	1	4	2	3	1	4	1	3	3	3	1	3	2	3	2	4	2	4	2	3	3	3	4	1	4	2	3	1	1	4	1	4	3	2	3	4	1	4	2	**105**
61	4	2	4	2	2	3	4	2	2	2	3	2	3	2	1	2	3	2	4	1	4	1	3	2	4	2	3	2	3	1	4	1	4	1	2	2	4	3	3	2	**101**
62	2	4	2	4	3	2	4	2	4	2	2	1	1	2	4	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	1	3	2	1	1	3	2	4	1	4	2	2	3	**98**
63	1	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	1	**50**
64	4	4	4	3	4	4	1	1	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	**143**
65	2	1	2	1	3	3	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	1	2	1	3	2	2	1	**71**
66	3	2	4	1	3	2	4	2	3	1	4	1	4	1	3	1	3	2	3	2	4	2	3	2	4	2	4	1	3	2	4	1	3	1	3	1	3	2	4	1	**99**
67	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	3	3	2	1	3	3	2	2	2	1	2	1	4	3	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	3	2	1	2	**80**
68	4	2	3	2	3	4	4	1	3	3	3	2	1	1	3	2	3	3	3	3	3	4	2	1	4	2	4	1	4	2	4	1	2	3	4	2	3	2	4	2	**107**
69	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	3	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	**69**
70	4	1	1	2	1	3	4	1	3	3	4	1	4	2	3	2	3	1	4	1	4	2	4	1	3	3	2	2	4	1	4	1	2	1	2	2	1	2	2	3	**94**
71	4	4	4	1	3	2	3	4	2	1	3	3	4	1	4	1	2	1	2	2	3	4	4	1	2	2	3	1	4	1	4	1	3	1	2	3	2	4	3	3	**102**
72	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	**136**
73	3	2	4	2	3	2	4	1	3	1	3	4	3	2	1	4	4	3	2	3	2	1	4	1	4	2	4	1	4	2	3	1	3	2	3	1	3	3	3	3	**104**
74	1	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	**61**

75	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	**135**
76	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**134**
77	4	3	3	2	4	1	3	2	3	3	2	1	4	4	3	2	3	3	3	2	1	3	1	4	3	1	3	2	3	3	3	3	3	3	3	1	3	2	3	2	**105**
78	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**135**
79	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	**100**
80	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**134**
81	3	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	4	4	1	4	3	4	2	1	1	3	1	4	2	3	3	2	3	4	1	4	1	3	4	1	2	3	4	4	3	**107**
82	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	2	**94**
83	2	1	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	**106**
84	3	2	4	2	4	2	4	3	4	3	3	1	3	2	4	1	4	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	1	4	1	3	2	4	2	3	3	2	3	**109**
85	3	2	4	2	3	1	4	2	3	2	3	1	4	2	3	1	3	1	4	2	4	2	4	1	4	2	4	2	4	2	4	1	3	2	3	1	4	2	3	1	**103**
86	1	4	1	1	2	1	4	1	3	2	4	2	4	3	3	2	4	3	1	1	2	2	4	1	2	1	1	1	3	4	4	4	3	2	1	2	4	2	2	1	**93**
87	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	**130**
88	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**130**
89	3	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	2	3	1	3	3	4	2	3	1	3	3	4	2	3	3	3	1	4	2	4	2	3	1	3	4	4	3	4	4	**120**
90	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	**133**
91	3	1	2	1	3	4	4	3	3	4	4	2	4	2	4	4	3	1	1	2	4	2	4	4	3	4	3	3	3	1	3	1	3	1	3	4	4	3	4	4	**116**
92	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	**140**
93	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	**141**
94	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	**139**

95	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	**140**
96	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	**135**
97	3	2	4	1	3	1	4	2	3	2	4	2	4	2	4	2	4	2	3	2	3	2	4	2	3	2	4	2	4	1	4	2	4	1	3	1	3	2	4	2	**107**
98	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	**146**
99	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	1	4	4	4	4	4	3	3	1	4	2	4	3	3	4	3	4	3	4	**135**
100	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	**149**
101	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	3	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	**63**
102	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	**133**
103	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	3	2	4	3	4	3	4	**133**
104	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	2	4	2	3	**135**
105	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	4	1	1	2	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	**59**
106	4	3	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	**140**
107	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	1	**64**
108	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	**141**
109	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	**139**
110	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	**145**
111	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	**134**
112	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	**141**
113	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	**134**
114	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	**143**

115	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	**134**
116	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	**142**
117	4	4	1	1	4	2	4	1	3	2	3	1	4	1	3	2	3	1	4	1	3	2	3	1	4	2	3	1	2	2	4	2	4	2	4	1	3	2	3	1	**98**
118	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	**115**
119	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	**136**
120	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	**148**
121	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	1	2	1	**66**
122	4	2	4	2	3	1	3	2	4	1	3	2	4	2	4	2	3	2	3	1	3	2	4	1	3	2	4	2	4	2	3	1	4	2	3	1	3	1	3	1	**101**
123	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	**143**
124	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	**149**
125	1	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	**66**
126	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	**135**
127	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	**67**
128	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	1	4	1	3	2	4	2	3	3	**99**
129	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	**63**
130	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	**142**
131	4	1	4	2	3	2	4	2	3	2	4	1	4	1	3	2	4	1	4	2	2	1	3	2	4	3	4	2	3	2	3	2	3	3	3	2	4	3	2	2	**106**
132	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	**58**
133	4	1	4	3	4	2	3	1	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	4	3	4	1	3	2	2	2	3	3	3	2	2	2	**108**
134	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	3	3	3	4	3	3	3	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	**70**

135	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	**129**
136	4	1	3	1	4	2	3	2	3	3	3	2	4	1	3	3	4	2	4	2	3	3	3	2	3	3	3	1	4	2	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	**108**
137	2	2	1	2	2	2	1	3	2	2	3	4	4	3	3	2	3	2	3	1	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	**111**
138	3	1	4	2	3	1	3	2	4	2	4	2	4	2	4	2	4	1	2	1	3	1	4	1	3	2	3	2	4	1	3	2	4	2	3	2	4	1	4	2	**102**
139	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	1	2	1	2	2	1	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	**126**
140	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	**140**
141	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	**136**
142	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	**145**
143	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	4	3	1	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	2	2	**101**
144	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	**143**
145	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	**143**
146	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	2	4	2	1	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	**137**
147	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	**139**
148	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	**142**
149	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	**139**
150	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	3	1	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	2	2	**100**
151	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	**141**
152	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	**146**
153	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	**140**
154	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	**143**

155	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	**142**
156	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	**142**
157	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	**55**
158	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	**141**
159	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	**59**
160	3	1	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	**135**
161	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	3	3	3	**104**
162	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	3	1	1	3	1	1	2	4	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	**63**
163	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	**62**
164	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	**131**
165	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	**137**
166	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	**60**
167	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	**137**
168	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	**58**
169	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	**58**
170	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	**52**
171	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	**61**
172	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	**53**
173	2	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	**62**
174	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	**48**

175	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	**57**
176	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**134**
177	2	1	2	1	3	3	3	3	2	2	2	1	2	2	2	2	3	3	3	1	3	3	2	2	4	3	3	3	3	1	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	**97**
178	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	**50**
179	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**131**
180	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	**126**
181	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	**55**
182	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	**129**
183	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	**52**
184	3	3	2	2	3	1	2	2	2	1	3	3	3	1	2	2	2	2	2	1	3	3	3	1	2	2	2	1	3	3	2	2	2	1	3	3	3	1	3	2	**87**
185	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	**67**
186	1	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	1	**50**
187	2	2	3	1	2	2	2	1	3	3	2	2	2	1	3	3	2	2	2	1	3	3	2	2	3	1	2	2	2	1	3	3	3	1	2	2	2	2	4	2	**86**
188	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	**67**
189	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	**132**
190	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	**136**
191	2	2	1	1	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	1	2	1	1	**119**
192	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	**132**
193	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	3	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	**60**
194	1	1	2	2	1	2	2	1	1	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	1	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	2	4	**117**

195	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	**67**
196	2	1	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	**57**
197	3	2	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	2	**140**
198	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	**60**
199	3	2	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	4	3	3	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	2	**104**
200	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	**132**
201	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	**131**
202	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	**134**
203	2	1	2	2	1	2	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	1	1	2	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	**113**
204	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	**58**
205	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	**68**
206	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	**144**
207	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	1	1	2	**131**
208	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	3	2	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	3	4	3	3	**69**
209	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**133**
210	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	**57**
211	2	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	3	2	1	2	1	1	2	3	3	1	2	**59**
212	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	**139**
213	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	**58**
214	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	**67**

215	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	2	2	2	**58**
216	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	**58**
217	4	3	2	1	2	1	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	**131**
218	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	1	1	**53**
219	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	1	**67**
220	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	**130**
221	3	4	3	4	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	3	2	1	2	2	1	3	3	3	2	**73**
222	4	3	3	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	3	4	3	3	4	4	1	2	3	2	3	**129**
223	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	**130**
224	3	2	4	2	2	2	4	3	3	3	3	2	3	2	3	1	2	2	1	1	3	2	3	2	4	3	3	1	3	2	4	2	2	2	4	2	3	2	4	3	**102**
225	1	2	1	1	1	2	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	**126**
226	4	3	3	4	3	4	1	1	3	4	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	1	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	**133**
227	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	**132**
228	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	3	**129**
229	3	4	3	4	4	4	3	4	1	1	1	1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	4	3	3	4	4	3	4	4	3	1	4	4	**102**
230	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	**131**
231	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	1	2	2	1	**57**
232	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	**131**
233	4	4	3	3	4	3	4	4	1	2	2	2	1	1	2	1	1	2	1	1	2	1	2	2	1	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	**77**
234	3	2	3	1	4	2	3	2	3	2	4	2	3	1	4	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	4	2	3	2	3	2	3	3	4	1	**103**

235	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	**128**
236	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**132**
237	2	2	1	1	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	**61**
238	4	2	3	2	3	1	3	2	4	2	3	2	4	2	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	3	2	4	2	**100**
239	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**136**
240	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	**127**
241	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	1	1	1	2	2	**102**
242	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	1	2	1	**58**
243	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	**133**
244	3	3	3	3	3	1	3	3	2	2	2	1	3	3	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2	**113**
245	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	1	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	**59**
246	4	2	3	2	4	2	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	1	3	1	3	1	3	1	3	2	3	2	3	2	4	2	4	1	2	2	**98**
247	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	**130**
248	1	1	2	2	1	1	2	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	**58**
249	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	**136**
250	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	**136**
251	3	1	3	2	3	1	3	3	3	2	4	2	3	1	4	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	2	1	3	1	3	2	4	2	**96**
252	4	2	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	**140**
253	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	**134**
254	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	**134**

255	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2	3	1	2	2	2	2	3	3	2	1	3	3	3	1	2	2	2	1	3	3	3	1	2	2	2	1	2	2	2	2	**85**
256	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	**135**
257	4	1	4	2	3	1	3	2	3	2	3	1	4	1	3	1	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	4	1	4	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	**99**
258	2	1	2	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	1	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	2	2	2	3	**95**
259	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	**132**
260	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	**134**
261	4	3	3	3	4	3	2	2	1	1	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	2	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	3	4	3	3	**95**
262	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	**128**
263	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	4	1	4	2	4	2	3	2	3	2	4	2	4	2	4	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	2	**106**
264	3	3	4	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	1	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	1	2	2	2	3	4	2	3	3	**114**
265	3	2	3	1	3	2	4	2	3	2	4	1	3	1	3	1	4	2	3	1	4	1	3	2	3	2	3	2	3	1	3	1	3	2	3	2	4	2	4	1	**97**
266	3	4	3	3	1	1	1	2	1	1	1	2	1	2	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	1	2	1	4	4	3	3	4	3	3	4	4	1	2	3	4	**87**
267	4	2	2	2	4	1	3	2	1	2	3	1	3	2	4	2	3	3	3	2	3	1	3	1	3	2	4	3	3	2	3	2	4	1	3	2	3	2	4	2	**100**
268	3	2	4	2	3	2	3	2	4	2	3	2	4	2	4	1	3	2	3	2	3	2	4	2	4	2	4	2	3	2	3	1	3	1	3	2	4	2	3	1	**104**
269	3	3	4	3	3	4	3	3	2	1	2	2	2	2	1	1	1	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	**119**
270	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	2	1	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	2	2	1	2	2	3	4	4	3	4	4	3	**101**
271	3	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	4	2	3	1	2	2	4	1	4	2	2	2	4	2	3	4	3	3	3	1	3	1	3	3	4	2	**103**
272	4	2	3	2	3	2	3	1	3	2	4	2	4	2	3	2	3	2	4	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	**103**
273	3	2	2	1	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	1	3	2	4	2	3	2	3	1	3	2	4	2	4	3	3	2	3	2	3	1	**99**
274	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	4	2	4	2	4	3	4	2	3	1	4	2	3	3	3	2	4	2	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	**109**

275	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	4	1	4	1	3	1	3	2	3	2	3	3	3	1	2	2	3	1	4	2	3	2	3	2	3	1	**96**
276	3	1	3	3	3	1	3	3	3	2	4	2	3	3	3	2	2	2	3	1	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	1	4	2	3	3	4	1	2	2	**103**
277	3	1	3	2	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	3	2	3	1	3	2	3	2	4	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	**98**
278	3	2	3	3	3	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2	2	3	1	3	3	3	2	3	2	4	3	2	2	3	2	3	2	3	2	2	1	4	2	3	1	**99**
279	3	1	1	1	3	1	1	2	3	2	3	1	3	1	1	1	3	1	3	1	4	1	4	2	4	1	2	1	3	4	1	1	2	1	3	1	3	1	1	3	**79**
280	3	3	3	2	3	1	4	2	4	2	2	2	3	2	4	2	3	1	2	1	3	2	4	1	2	2	4	1	2	2	3	2	3	1	3	2	3	3	4	2	**98**
281	2	1	2	1	3	3	2	1	2	1	2	1	2	1	2	1	4	3	2	1	2	1	2	1	4	3	2	1	1	1	1	1	3	1	1	1	3	3	1	2	**72**
282	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	2	1	2	3	2	2	1	3	2	3	1	2	3	2	2	2	3	3	1	3	**72**
283	3	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	1	3	2	1	1	3	2	1	1	3	1	1	1	4	3	1	1	3	1	2	1	3	2	1	1	3	2	1	1	**71**
284	2	2	3	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	**103**
285	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	2	3	2	3	3	2	3	4	3	3	1	2	3	2	3	3	2	3	2	**112**
286	3	3	3	2	4	3	2	3	2	2	2	2	4	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	4	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	**97**

Lampiran 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	286	52	149	115.14	23.920
Y	286	48	149	104.85	30.424
Valid N (listwise)	286				

Konformitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	35	12.2	12.2	12.2
	Sedang	204	71.3	71.3	83.6
	Tinggi	47	16.4	16.4	100.0
	Total	286	100.0	100.0	

Konsumtif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rendah	69	24.1	24.1	24.1
	Sedang	164	57.3	57.3	81.5
	Tinggi	53	18.5	18.5	100.0
	Total	286	100.0	100.0	

Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			286
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		24.66641290
Most Extreme Differences	Absolute		.166
	Positive		.124
	Negative		-.166
Test Statistic			.166
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.000
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.000
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

B. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X	Between Groups	(Combined)	146442.519	77	1901.851	3.371	.000
		Linearity	90403.436	1	90403.436	160.219	**.000**
		Deviation from Linearity	56039.083	76	737.356	1.307	.071
	Within Groups		117364.016	208	564.250		
	Total		263806.535	285			

Lampiran 11. Hasil Uji Regresi

A. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
(Constant)	19.118	7.195		**2.657**	**.008**
Konformitas	.745	.061	.585	**12.168**	**.000**

a. Dependent Variable: Konsumtif

B. Uji Determinasi Koefisien

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585[a]	**.343**	**.340**	24.710

a. Predictors: (Constant), X

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

Lampiran 12. SK Pembimbing

SURAT KEPUTUSAN
DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
NOMOR: 017/UM.M6/KEP/F/2026

TENTANG

PENUNJUKAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI TAHUN AKADEMIK 2025-2026
FAKULTAS PSIKOLOGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH

DEKAN FAKULTAS PSIKOLOGI

Menimbang :
1. Bahwa untuk kelancaran bimbingan skripsi mahasiswa pada Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh, maka dipandang perlu menunjuk pembimbing Skripsi Mahasiswa Tahun Akademik 2025-2026;
2. Bahwa namanya yang tercantum dalam surat keputusan ini dianggap cakap dan mampu serta memenuhi syarat untuk diangkat dalam jabatan pembimbing Skripsi Mahasiswa.

Mengingat :
1. Undang-Undang Republik Indonesa Nomor 12 Tahun 2012, Tentang Pendidikan Tinggi;
2. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2012 Tentang Kerangka Kualifikasi Nasional Indonesia;
3. Peraturan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 2015, Tentang Standar Nasional Pendidikan Tinggi;
4. Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Departemen Pendidikan Nasional Republik Indonesia No. 6007/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/VI/2021 Menyatakan Bahwa Program Studi Sarjana Psikologi Unmuha Terakreditasi Dengan Peringkat B;
5. Surat Keputusan Rektor Unmuha Nomor : 494/UM.M/KEP/D/2020 Tanggal 29 Rabiul Akhir 1442 H/ 14 Desember 2020 M Tentang Pengangkatan Dekan Fakultas Psikologi Unmuha Masa Jabatan 2020-2024.

Memperhatikan : Keputusan tim penguji proposal skripsi mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh pada bulan Januari 2026

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

Pertama : **Menunjuk Saudara;**
Syarifah Zainab, M.Si
Sriana Septiawati, M.Si
Untuk Membimbing Skripsi:

Nama	:	Ichsan Al Farabi
NPM	:	2209110054
Prodi	:	Psikologi
Judul	:	Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Syah Kuala

Kedua : Kepada pembimbing yang tercantum di atas berwenang untuk membimbing Skripsi Mahasiswa dan diberi honorarium sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

Ketiga : Surat Keputusan pembimbing ini berlaku hanya satu tahun, terhitung sejak tanggal ditetapkan.

Keempat : Segala sesuatu akan diperbaiki dan ditetapkan kembali apabila di kemudian hari ternyata terdapat kekeliruan di dalam keputusan ini.

Ditetapkan di : Banda Aceh,
Pada Tanggal : 22 Sya'ban 1447 H
10 Februari 2026 M

Dekan,

Hanna Amalia, M.Psi., Psikolog
NIK: 198108102013052001

Lampiran 13. Surat Permohonan Izin Penelitian

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH
FAKULTAS PSIKOLOGI
Status Akreditasi "B" No. 6007/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/S/VI/2021
Jl. Muhammadiyah No. 91 Batoh, Lueng Bata
Telp. 085225961113, Banda Aceh - 23245
Email : psikologi@unmuha.ac.id | Homepage : www.psikologi.unmuha.ac.id

Nomor : 262/UM.M/F/2026
Lampiran : -
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Prodi Manajemen
Universitas Syiah Kuala
Di –
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat,
Berdasarkan surat permohonan tanggal 25 Juli 2026, atas nama :

Nama : Ichsan Al Farabi
NPM : 2209110054
Semester : VIII (delapan)

Dengan ini pimpinan Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh menerangkan bahwa yang bersangkutan benar sedang dalam proses penyusunan Skripsi di Fakultas Psikologi Universitas Muhammadiyah Aceh dengan judul **"Pengaruh Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Syiah Kuala".** Melalui surat ini kami mohon agar diberikan kesempatan kepada mahasiswa yang bersangkutan untuk memperoleh data Mahasiswa di Instansi yang Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian surat permohonan ini kami buat, atas perhatian dan kerjasama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Banda Aceh, 12 Shafar 1448 H
27 Juli 2026 M

Dekan,

Hanna Amalia, M.Psi., Psikolog
NIK: 198108102013052001

Lampiran 14. Surat Persetujuan Penelitian

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS SYIAH KUALA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
DARUSSALAM, BANDA ACEH 23111
Telepon/Faksimile: (0651) 7551265
Laman: www.feb.usk.ac.id, Surel: fekon@feb.usk.ac.id

Nomor : 4486/UN11.F1/PK.03.08/2026 — 27 Juli 2026
Hal : Izin Pengumpulan Data Skripsi

Yth. Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Muhammadiyah Aceh
Banda Aceh

Sehubungan dengan surat Saudara Nomor 2627/UM.M6/F/2026 tanggal 27 Juli 2026 hal Permohonan Izin Penelitian, maka dengan ini kami sampaikan bahwa:

Nama : Ichsan Al Farabi
NPM : 2209110054
Semester : VIII (delapan)

Pada prinsipnya kami tidak keberatan dan memberi izin kepada mahasiswa tersebut untuk melakukan pengumpulan data di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala berkaitan dengan penyusunan skripsi dengan judul "Pengaruh Konformitas terhadap Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Syiah Kuala".

Pelaksanaan pengumpulan data dimaksud akan berlangsung mulai tanggal 28 Juli 2026 sampai dengan 6 Agustus 2026, dengan ketentuan bahwa mahasiswa yang bersangkutan wajib mematuhi segala peraturan dan tata tertib yang berlaku di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Syiah Kuala.

Atas perhatian dan kerja sama yang baik kami ucapkan terima kasih.

a.n. Dekan,
plt. Wakil Dekan Akademik

Dr. Darwanis, S.E., M.Si.Ak., CA, Asean CPA
NIP 197006181995122001

Tembusan:
1. Para Koordinator Program Studi FEB USK;
2. Kepala Subbagian Pembelajaran dan Akademik FEB USK;
3. Yang bersangkutan.

Safwan/Subbagian Umum & Sumber Daya

Lampiran 15. Biodata Penulis

A. Penulis

Nama	: Ichsan Al Farabi
Tempat/Tanggal Lahir	: Langsa/ 25 Mei 2005
Jenis Kelamin	: Laki-laki
Agama	: Islam
Email	: ihsanalfarabi175@gmail.com
Pekerjaan	: Mahasiswa

B. Orang Tua/Wali

Nama Ayah	: Ismail A janan
Pekerjaan	: Pensiun
Nama Ibu	: Siti Aisyah
Pekerjaan	: IRT (Ibu Rumah Tangga)
Alamat	: Gampoeng Pande, Kec. Kuta raja, Kab. Kota Banda Aceh

C. Pendidikan

SD/MIN	: SDN Tualang Tengoh
SMP/MTsN	: MTsS Terpadu Langsa
SMA/MAN	: MAN 2 Langsa

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH ACEH