

**PENGARUH KONTROL DIRI, KONFORMITAS TEMAN
SEBAYA, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK MAKEUP
PADA MAHASISWI**

ALVITA DEWI MAHARANI



**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh Kontrol Diri, Konformitas Teman Sebaya, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk *Makeup* pada Mahasiswi” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Alvita Dewi Maharani
I2401211079



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ALVITA DEWI MAHARANI. Pengaruh Kontrol Diri, Konformitas Teman Sebaya, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk *Makeup* pada Mahasiswi. Dibimbing oleh ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI.

Mahasiswi umumnya memiliki perhatian tinggi terhadap penampilan fisik dan seringkali diikuti oleh penggunaan produk yang dapat menunjang penampilan seperti *makeup*. Kebiasaan tersebut cenderung disertai pembelian produk *makeup* secara rutin setiap bulannya sehingga berpotensi menimbulkan perilaku konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kontrol diri, konformitas teman sebaya, dan *electronic word of mouth* terhadap perilaku konsumtif pembelian produk *makeup* pada mahasiswi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data primer dari 217 mahasiswi IPB University yang dikumpulkan melalui survei *online* menggunakan metode *voluntary sampling*. Data penelitian yang didapatkan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, uji korelasi, dan analisis *structural equation model* (SEM) menggunakan SmartPLS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswi memiliki kontrol diri pada kategori rendah, konformitas teman sebaya dan *electronic word of mouth* pada kategori tinggi, serta perilaku konsumtif pada kategori sedang. Analisis jalur menunjukkan bahwa kontrol diri terbukti berpengaruh negatif signifikan terhadap perilaku konsumtif dan konformitas teman sebaya berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku konsumtif, sementara *electronic word of mouth* tidak berpengaruh signifikan. Dengan demikian, dibutuhkan penguatan kontrol diri dan kewaspadaan terhadap perilaku konformitas teman sebaya sebagai strategi untuk meminimalkan perilaku konsumtif dalam pembelian produk *makeup* pada mahasiswi.

Kata kunci: *electronic word of mouth*, konformitas teman sebaya, kontrol diri, perilaku konsumtif, produk *makeup*

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRACT

ALVITA DEWI MAHARANI. The Influence of Self Control, Peer Conformity, and Electronic Word of Mouth on Consumptive Behavior in Purchasing Makeup Products among Female College Students. Supervised by ISTIQLALIYAH MUFLIKHATI.

Female college students generally pay close attention to their physical appearance and often use products that enhance their appearance, such as makeup. That habit tends to be accompanied by regular monthly purchases of makeup products, which can potentially lead to consumptive behavior. This study aims to analyze the influence of self-control, peer conformity, and electronic word of mouth on the consumptive behavior of purchasing makeup products among female college students. This study employs a quantitative approach using primary data from 217 female college students at IPB University, collected through an online survey using voluntary sampling. The research data obtained were analyzed using descriptive analysis, correlation tests, and structural equation modeling (SEM) using SmartPLS. The results showed that female college students had low self-control, high peer conformity and electronic word of mouth, and moderate consumptive behavior. Path analysis revealed that self-control significantly negatively influences consumptive behavior, peer conformity significantly positively influences consumptive behavior, while electronic word of mouth does not significantly influence consumptive behavior. Therefore, strengthening self-control and vigilance toward peer conformity behavior are needed as strategies to minimize consumptive behavior in purchasing makeup products among female college students.

Keywords: consumptive behavior, electronic word of mouth, makeup product, peer conformity, self-control



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

**PENGARUH KONTROL DIRI, KONFORMITAS TEMAN
SEBAYA, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP
PERILAKU KONSUMTIF PEMBELIAN PRODUK MAKEUP
PADA MAHASISWI**

ALVITA DEWI MAHARANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Ilmu Keluarga dan Konsumen

**DEPARTEMEN ILMU KELUARGA DAN KONSUMEN
FAKULTAS EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si.
2. Dr. Defina, S.S., M.Si.

Judul Skripsi : Pengaruh Kontrol Diri, Konformitas Teman Sebaya, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk *Makeup* pada Mahasiswi

Nama : Alvita Dewi Maharani
NIM : 12401211079

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si
NIP 196406161989032014



Diketahui oleh

Ketua Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen:

Dr. Tin Herawati, S.P., M.Si
NIP 197204282006042007



Tanggal Ujian:
10 Juli 2025

Tanggal Lulus: 22 JUL 2025

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Oktober 2024 ini ialah perilaku konsumen, dengan judul “Pengaruh Kontrol Diri, Konformitas Teman Sebaya, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk *Makeup* pada Mahasiswi”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Dr. Ir. Istiqlaliyah Muflikhati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan, semangat, bimbingan, saran, kritik, hingga koreksi selama penyusunan skripsi. Kemudian, ucapan terima kasih kepada Dr. Irni Rahmayani Johan, S.P., M.M. selaku dosen moderator kolokium yang telah memberikan banyak masukan dan saran. Ucapan terima kasih penulis sampaikan pula kepada Dr. Susri Adeni, S.Sos., M.A. selaku dosen pemandu seminar hasil skripsi yang telah memberikan banyak masukan dan saran. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Prof. Dr. Megawati Simanjuntak, S.P., M.Si. dan Dr. Defina, S.S., M.Si. sebagai dosen penguji pada sidang skripsi yang telah memberikan masukan serta perbaikan untuk penyempurnaan skripsi ini. Di samping itu, ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh staf akademik Departemen Ilmu Keluarga dan Konsumen yang sudah membantu dalam proses pelaksanaan kolokium, seminar hasil, dan sidang skripsi.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua penulis yaitu Ibu Deasi Wahyuni dan Bapak Ferry yang telah mengusahakan keberhasilan penulis dengan segala doa, dukungan, motivasi, dan tenaga untuk memenuhi segala keperluan dalam menunjang kesuksesan perkuliahan penulis terutama dalam penyelesaian skripsi ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada segenap keluarga penulis seperti Ibu Sukarsih, Bapak Adhi Septian, dan Ibu Wiwik Aristianti yang banyak memberikan dukungan dan doa untuk keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada teman-teman terkasih dan terpercaya penulis yaitu Aal, Chairisa, Recika, Diandra, Eva, Hera, Kak Rara, Kak Dewi, Sasa, Shaqila, Selly, dan Willy yang selalu mendukung, memberikan semangat, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih juga kepada teman-teman Samakta Agrikasia yaitu IKK 58 serta seluruh teman-teman yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu atas kebersamaan dan dukungan yang diberikan.

Terakhir, tentunya penulis ingin berterima kasih kepada diri penulis sendiri yang sudah berhasil bertahan dalam segala tantangan maupun kejadian kurang menyenangkan selama kehidupan perkuliahan hingga penulis bisa berada di tahap ini yaitu pintu akhir menuju kelulusan, sebuah momen penanda akhir dari perjalanan panjang perkuliahan serta awal dari babak baru kehidupan. Akhir kata, penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Alvita Dewi Maharani

DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Teori Pengambilan Keputusan	7
2.2 Perilaku Konsumtif	7
2.3 Kontrol Diri	9
2.4 Konformitas Teman Sebaya	10
2.5 <i>Electronic Word of Mouth</i>	11
2.6 <i>Makeup</i>	12
2.7 Pengaruh Kontrol Diri terhadap Konformitas Teman Sebaya	13
2.8 Pengaruh Kontrol Diri terhadap <i>Electronic Word of Mouth</i>	13
2.9 Pengaruh Kontrol Diri terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk <i>Makeup</i>	14
2.10 Pengaruh Konformitas Teman Sebaya terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk <i>Makeup</i>	14
2.11 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Perilaku Konsumtif Pembelian Produk <i>Makeup</i>	15
2.12 Kerangka Pemikiran	15
III METODE	17
3.1 Desain, Lokasi, dan Waktu Penelitian	17
3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Contoh	17
3.3 Jenis dan Teknis Pengumpulan Data	17
3.4 Variabel dan Pengukuran	18
3.5 Pengolahan dan Analisis Data	22
3.6 Definisi Operasional	24
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Karakteristik Mahasiswi	26
4.2 Perilaku Pembelian Produk <i>Makeup</i>	27
4.3 Kontrol Diri	29
4.4 Konformitas Teman Sebaya	31
4.5 <i>Electronic Word of Mouth</i>	32
4.6 Perilaku Konsumtif Pembelian Produk <i>Makeup</i>	34
4.7 Uji Korelasi Karakteristik Individu dengan Kontrol Diri, Konformitas Teman Sebaya, <i>Electronic Word of Mouth</i> , dan Perilaku Konsumtif Pembelian Produk <i>Makeup</i>	36
4.8 Analisis SEM-PLS	37
4.9 Pembahasan	41



V	SIMPULAN DAN SARAN	50
5.1	Simpulan	50
5.2	Saran	50
	DAFTAR PUSTAKA	52
	LAMPIRAN	64
	RIWAYAT HIDUP	66

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1	Variabel, kode, indikator, skala, dan kategori data	18
2	Sebaran karakteristik mahasiswi	26
3	Perilaku pembelian produk <i>makeup</i>	27
4	Sebaran responden berdasarkan jawaban indikator variabel kontrol diri	29
5	Sebaran responden berdasarkan kategori variabel kontrol diri	31
6	Sebaran responden berdasarkan jawaban indikator variabel konformitas teman sebaya	31
7	Sebaran responden berdasarkan kategori variabel konformitas teman sebaya	32
8	Sebaran responden berdasarkan jawaban indikator variabel <i>electronic word of mouth</i>	32
9	Sebaran responden berdasarkan kategori variabel <i>electronic word of mouth</i>	33
10	Sebaran responden berdasarkan jawaban indikator variabel perilaku konsumtif	34
11	Sebaran responden berdasarkan kategori variabel perilaku konsumtif	36
12	Koefisien korelasi karakteristik mahasiswi terhadap kontrol diri, konformitas teman sebaya, <i>electronic word of mouth</i> , dan perilaku konsumtif	36
13	Hasil nilai <i>loading factor</i> , <i>Cronbach Alpha</i> , <i>Composite Reliability</i> , <i>Average Variance Extracted</i> , dan <i>Adjusted R Square</i>	38
14	Hasil uji kecocokan keseluruhan model (<i>overall model fit</i>)	39
15	Hasil estimasi pengaruh langsung (<i>direct effect</i>) pada model SEM	40
16	Hasil estimasi pengaruh tidak langsung (<i>indirect effect</i>) pada model SEM	40
17	Hasil nilai <i>direct effect</i> , <i>indirect effect</i> , dan <i>total effect</i>	41

DAFTAR GAMBAR

1	Kerangka pemikiran	16
2	Model <i>hybrid</i> SEM	24
3	Model akhir analisis SEM	38

DAFTAR LAMPIRAN

1	Hasil uji korelasi Pearson	65
2	Hasil uji korelasi Spearman	65