



SEMINAR NASIONAL : KEAMANAN PSIKOLOGI DI ERA DIGITAL
Fakultas Psikologi , Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
Jakarta, 28 Juli 2026

PERBANDINGAN TINGKAT SOCIAL INFLUENCE ANTARA RESPONDEN LAKI-LAKI DAN PEREMPUAN

Eha Amelya Suherman¹, Adinda Rokhimatul Fatikhah², Dimas Elfian Nazar Nur³

¹Fakultas Psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

²Fakultas psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

³Fakultas psikologi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Corresponding Author: 202310515010@mhs.ubharajaya.ac.id ,
202310515011@mhs.ubharajaya.ac.id, 202310515025@mhs.ubharajaya.ac.id

Abstrak: Perkembangan interaksi sosial di era digital telah meningkatkan peran *social influence* dalam membentuk sikap, persepsi, dan pengambilan keputusan individu. Perbedaan karakteristik berdasarkan jenis kelamin diduga memengaruhi tingkat kerentanan seseorang terhadap pengaruh sosial, sehingga penting untuk mengidentifikasi bagaimana laki-laki dan perempuan merespons pengaruh dari lingkungan sekitarnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan tingkat *social influence* antara responden laki-laki dan perempuan. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain komparatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur variabel *social influence* dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 151 orang yang terdiri atas 34 laki-laki dan 117 perempuan. Analisis dilakukan dengan membandingkan nilai rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, dan nilai maksimum pada masing-masing kelompok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden perempuan memiliki nilai rata-rata *social influence* yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki, yaitu sebesar 94,62 dan 89,76. Selain itu, perempuan memiliki nilai standar deviasi yang lebih rendah (21,97) dibandingkan laki-laki (26,46), yang menunjukkan bahwa persepsi perempuan terhadap pengaruh sosial cenderung lebih

konsisten. Penelitian ini menyimpulkan bahwa perempuan memiliki tingkat *social influence* yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki, sehingga jenis kelamin menjadi salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan dalam memahami perilaku sosial dan merancang strategi komunikasi yang lebih efektif.

Kata Kunci: *Social Influence, Jenis Kelamin, Pengaruh Sosial, Perilaku Sosial*

Pendahuluan

Pengaruh sosial (*social influence*) merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi sikap, persepsi, dan perilaku individu dalam berbagai konteks kehidupan, termasuk pengambilan keputusan, penggunaan teknologi, serta perilaku konsumen. Konsep ini merujuk pada sejauh mana individu dipengaruhi oleh pendapat, rekomendasi, atau tindakan orang lain yang dianggap penting dalam lingkungan sosialnya. Kehadiran keluarga, teman, rekan kerja, dan komunitas dapat membentuk keyakinan serta mendorong seseorang untuk mengikuti norma yang berlaku. Dalam era digital yang ditandai dengan tingginya intensitas interaksi melalui media sosial, pengaruh sosial menjadi semakin kuat karena informasi dapat tersebar dengan cepat dan menjangkau berbagai kelompok masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa norma sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku individu, terutama ketika seseorang dihadapkan pada ketidakpastian dalam mengambil keputusan (Melyn et al., 2021). Selain itu, individu cenderung menyesuaikan perilakunya dengan kelompok sosial sebagai bentuk konformitas dan upaya memperoleh penerimaan sosial. Temuan terkini juga menegaskan bahwa pengaruh sosial tetap menjadi determinan utama dalam berbagai konteks perilaku manusia modern.

Perbedaan karakteristik individu dapat memengaruhi tingkat kerentanan terhadap *social influence*, salah satunya adalah jenis kelamin. Laki-laki dan perempuan memiliki pola interaksi sosial, orientasi relasional, serta cara memproses informasi yang berbeda. Perempuan umumnya memiliki kecenderungan yang lebih tinggi untuk membangun hubungan interpersonal dan mempertimbangkan opini kelompok dalam pengambilan keputusan, sedangkan laki-laki cenderung lebih mengedepankan kemandirian dan orientasi pada pencapaian individu. Beberapa penelitian menemukan bahwa perempuan lebih responsif terhadap norma sosial dan lebih sensitif terhadap dukungan maupun tekanan sosial dibandingkan laki-laki (Cunningham et al., 2023). Di sisi lain, proses konformitas dipengaruhi oleh konstruksi sosial dan ekspektasi gender yang berkembang dalam masyarakat. Penelitian lain menunjukkan bahwa individu dengan orientasi diri yang lebih interdependen cenderung lebih mudah menyesuaikan perilaku dengan lingkungan sosialnya, dan karakteristik tersebut lebih banyak ditemukan pada perempuan dibandingkan laki-laki (Tveleneva et al., 2023). Dengan demikian, jenis kelamin menjadi faktor penting yang perlu diperhatikan dalam memahami dinamika pengaruh sosial.

Kajian mengenai perbedaan *social influence* berdasarkan jenis kelamin telah banyak dilakukan, namun hasil penelitian yang diperoleh masih menunjukkan inkonsistensi. Sebagian penelitian menyatakan bahwa perempuan memiliki tingkat sensitivitas yang lebih tinggi terhadap pengaruh sosial karena kecenderungannya untuk

menjaga hubungan sosial dan memperoleh persetujuan dari kelompok. Sebaliknya, beberapa penelitian lain menunjukkan bahwa tingkat pengaruh sosial tidak hanya dipengaruhi oleh jenis kelamin, tetapi juga oleh faktor kontekstual, seperti budaya, usia, tingkat pendidikan, serta intensitas interaksi sosial. Dalam konteks masyarakat modern, meningkatnya penggunaan teknologi komunikasi dan media sosial turut mengubah pola interaksi antara laki-laki dan perempuan, sehingga memungkinkan munculnya variasi baru dalam tingkat *social influence*. Penelitian oleh Platow et al. (2024) menunjukkan bahwa identitas gender dan kedekatan kelompok dapat memperkuat proses pengaruh sosial pada perempuan. Sementara itu, penelitian Franzen dan Mader (2023) menegaskan bahwa kecenderungan individu untuk menyesuaikan diri dengan kelompok masih menjadi fenomena yang relevan hingga saat ini. Oleh karena itu, diperlukan penelitian lebih lanjut untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai perbedaan *social influence* berdasarkan jenis kelamin.

Berdasarkan hasil statistik deskriptif awal, diketahui bahwa responden perempuan memiliki nilai rata-rata *social influence* yang lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki. Temuan ini mengindikasikan bahwa perempuan cenderung lebih mempertimbangkan pengaruh lingkungan sosial dalam membentuk persepsi dan menentukan perilaku. Selain itu, tingkat variasi jawaban pada kelompok perempuan juga relatif lebih rendah, yang menunjukkan adanya konsistensi persepsi terhadap pengaruh sosial. Perbedaan tersebut menjadi menarik untuk dikaji lebih mendalam karena dapat memberikan gambaran mengenai karakteristik sosial berdasarkan gender. Pemahaman terhadap perbedaan tingkat *social influence* memiliki implikasi penting bagi pengembangan strategi komunikasi, pemasaran, maupun intervensi sosial yang lebih efektif dan tepat sasaran. Dengan mengetahui kelompok yang lebih rentan terhadap pengaruh sosial, berbagai pihak dapat merancang pendekatan yang sesuai dengan karakteristik masing-masing individu. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan membandingkan tingkat *social influence* antara responden laki-laki dan perempuan sehingga dapat memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan kajian perilaku sosial.

Metode Penelitian

Penelitian berjudul “Perbandingan Tingkat *Social Influence* antara Responden Laki-Laki dan Perempuan” menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain penelitian komparatif untuk menganalisis perbedaan tingkat pengaruh sosial berdasarkan jenis kelamin. Penelitian diawali dengan penentuan variabel penelitian, yaitu *social influence* sebagai variabel utama yang diukur menggunakan instrumen kuesioner terstruktur dengan skala Likert. Populasi penelitian terdiri atas seluruh responden yang memenuhi kriteria penelitian, sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan sesuai dengan karakteristik populasi yang ditetapkan peneliti. Data yang terkumpul kemudian dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, yaitu laki-laki sebanyak 34 responden dan perempuan sebanyak 117 responden. Selanjutnya, dilakukan proses pengolahan data melalui tahapan pemeriksaan kelengkapan jawaban (*editing*), pemberian kode (*coding*), entri data, dan tabulasi menggunakan perangkat lunak statistik. Analisis data diawali dengan statistik deskriptif untuk mengetahui gambaran umum variabel *social influence* yang meliputi jumlah data valid, nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai minimum, dan

nilai maksimum pada masing-masing kelompok. Hasil analisis disajikan dalam bentuk tabel statistik deskriptif dan *dot plot* untuk memvisualisasikan distribusi data. Tahap berikutnya dilakukan interpretasi terhadap perbedaan nilai rata-rata dan variasi data antara responden laki-laki dan perempuan guna mengidentifikasi kecenderungan tingkat *social influence* pada masing-masing kelompok. Proses penelitian dilaksanakan secara sistematis mulai dari perumusan masalah, penyusunan instrumen, pengumpulan data, analisis statistik, hingga penarikan kesimpulan berdasarkan temuan empiris yang diperoleh.

Hasil dan Pembahasan

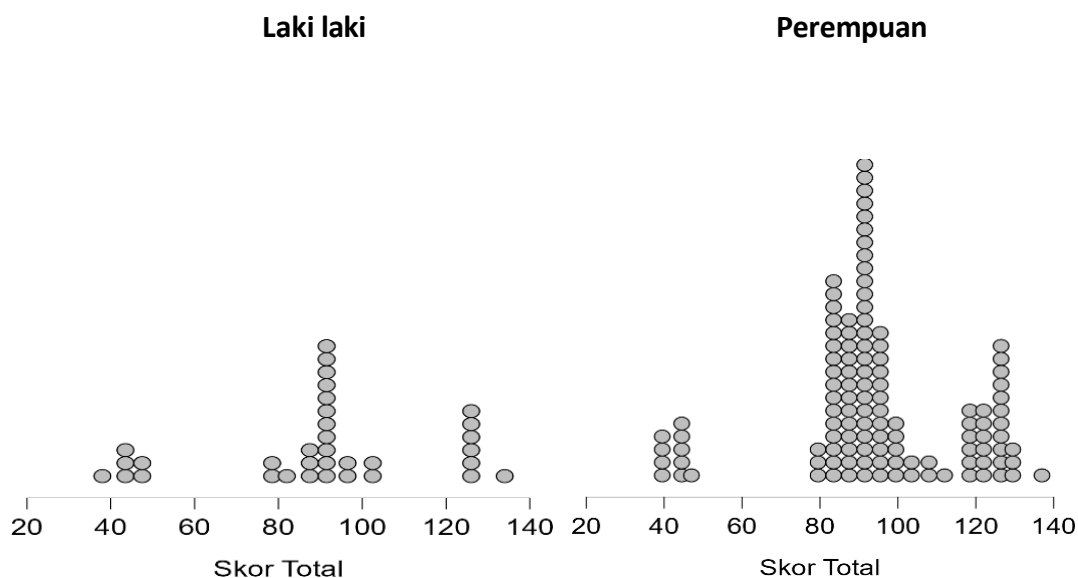
Berdasarkan hasil statistik deskriptif pada variabel *social influence*, diketahui bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 34 orang, sedangkan responden perempuan berjumlah 117 orang. Seluruh data dinyatakan valid tanpa adanya data yang hilang (*missing value* = 0), sehingga analisis dapat dilakukan secara menyeluruh. Nilai rata-rata (*mean*) skor *social influence* pada kelompok laki-laki adalah 89,76, sedangkan pada kelompok perempuan sebesar 94,62. Hasil ini menunjukkan bahwa responden perempuan memiliki tingkat pengaruh sosial yang lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki. Perbedaan nilai rata-rata tersebut mengindikasikan bahwa perempuan cenderung lebih mempertimbangkan pandangan, rekomendasi, maupun dorongan dari lingkungan sosial dalam menentukan sikap atau perilaku tertentu. Dengan demikian, faktor-faktor seperti keluarga, teman, rekan kerja, maupun komunitas memiliki peran yang lebih kuat dalam membentuk persepsi perempuan terhadap objek penelitian dibandingkan laki-laki. Temuan ini menguatkan asumsi bahwa interaksi sosial dapat menjadi determinan penting dalam proses pengambilan keputusan responden.

Melihat nilai rata-rata, penyebaran data juga perlu diperhatikan melalui nilai standar deviasi. Kelompok laki-laki memiliki standar deviasi sebesar 26,46, sedangkan kelompok perempuan sebesar 21,97. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variasi jawaban responden laki-laki lebih tinggi dibandingkan perempuan, yang berarti persepsi laki-laki terhadap variabel *social influence* cenderung lebih beragam. Sebaliknya, jawaban responden perempuan relatif lebih homogen atau konsisten. Nilai minimum pada kedua kelompok sama, yaitu 38,00, yang menunjukkan bahwa terdapat responden dengan tingkat pengaruh sosial yang rendah baik pada laki-laki maupun perempuan. Sementara itu, nilai maksimum pada kelompok laki-laki adalah 134,0, sedangkan pada kelompok perempuan mencapai 137,0, yang mengindikasikan bahwa perempuan memiliki skor tertinggi yang sedikit lebih besar. Secara keseluruhan, hasil statistik deskriptif ini menunjukkan bahwa variabel *social influence* memiliki kecenderungan lebih kuat pada responden perempuan dengan tingkat konsistensi jawaban yang lebih baik dibandingkan responden laki-laki.

Tabel.1 *Descriptive Statistics Social Influence*
Laki Laki dan Perempuan

Skor Total	
Laki laki	Perempuan

Valid	34	117
Missing	0	0
Mean (arithmetic)	89.76	94.62
Std. Deviation	26.46	21.97
Minimum	38.00	38.00
Maximum	134.0	137.0



Gambar Dot Pots Perbedaan Social Influence

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden perempuan memiliki nilai rata-rata *social influence* yang lebih tinggi (94,62) dibandingkan responden laki-laki (89,76). Temuan ini mengindikasikan bahwa perempuan cenderung lebih mempertimbangkan opini, rekomendasi, dan norma yang berkembang dalam lingkungan sosial. Ketika membentuk sikap maupun mengambil keputusan. Menurut teori pengaruh sosial, individu akan menyesuaikan perilaku mereka berdasarkan harapan dan ekspektasi kelompok yang dianggap penting (Franzen dan Mader 2023). Perempuan umumnya memiliki orientasi relasional yang lebih kuat dibandingkan laki-laki, sehingga lebih sensitif terhadap dukungan sosial dan penerimaan kelompok. Karakteristik tersebut mendorong perempuan untuk lebih memperhatikan masukan dari keluarga, teman sebaya, maupun komunitas dalam menentukan pilihan. Penelitian yang dilakukan oleh Cunningham et al. (2023) menemukan bahwa perempuan menunjukkan kecenderungan lebih tinggi untuk melakukan penyesuaian perilaku terhadap norma sosial dibandingkan laki-laki. Dalam konteks masyarakat modern, intensitas interaksi melalui media digital juga memperkuat eksposur terhadap pengaruh sosial, terutama pada kelompok yang memiliki keterikatan interpersonal tinggi. Oleh karena itu, perbedaan skor rata-rata yang ditemukan dalam

penelitian ini menunjukkan bahwa jenis kelamin merupakan faktor yang berkontribusi terhadap variasi tingkat *social influence*. Temuan ini sejalan dengan penelitian Tveleneva et al. (2023) yang menegaskan bahwa dimensi komunal dan orientasi interdependen lebih dominan pada perempuan sehingga meningkatkan kecenderungan mereka untuk merespons pengaruh sosial.

Selain perbedaan rata-rata, hasil penelitian menunjukkan bahwa standar deviasi pada kelompok laki-laki (26,46) lebih tinggi dibandingkan perempuan (21,97). Kondisi ini mengindikasikan bahwa persepsi laki-laki terhadap *social influence* lebih beragam, sedangkan perempuan memiliki tingkat konsistensi yang lebih tinggi dalam merespons pengaruh sosial. Menurut Melynk et al. (2021) variasi respons terhadap norma sosial dipengaruhi oleh karakteristik individual, pengalaman sosial, serta intensitas interaksi dengan lingkungan. Laki-laki cenderung memiliki orientasi yang lebih independen dan mengutamakan otonomi dalam pengambilan keputusan, sehingga respons mereka terhadap pengaruh sosial menjadi lebih heterogen. Sebaliknya, perempuan lebih sering mengembangkan pola interaksi yang berfokus pada hubungan interpersonal dan pemeliharaan harmoni sosial. Temuan ini menguatkan pandangan bahwa konstruksi gender berperan dalam membentuk cara individu menerima dan menginternalisasi pengaruh sosial. Penelitian oleh Wood & Eagly (2015) menjelaskan bahwa identitas gender dan peran sosial yang berkembang dalam masyarakat memengaruhi cara individu memandang dirinya serta berinteraksi dengan lingkungan sosial. Perempuan cenderung mengonstruksi diri melalui hubungan interpersonal dan keterhubungan sosial, sedangkan laki-laki lebih menekankan aspek kemandirian dan independensi dalam interaksi sosial. Dengan demikian, konsistensi jawaban perempuan dalam penelitian ini menunjukkan adanya pola persepsi yang relatif seragam terkait pentingnya pengaruh sosial dalam kehidupan sehari-hari. Hasil tersebut sejalan dengan temuan Cross et al. (2013) yang menyatakan bahwa perempuan lebih menekankan aspek keterhubungan sosial dibandingkan laki-laki.

Temuan penelitian ini juga memperkuat asumsi bahwa pengaruh sosial tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individual, tetapi juga oleh konteks budaya dan perkembangan teknologi komunikasi. Menurut Venkatesh et al. (2016), *social influence* merupakan salah satu determinan utama yang memengaruhi niat dan perilaku individu, terutama dalam konteks adopsi teknologi dan pengambilan keputusan. Tingginya skor *social influence* pada perempuan dapat dijelaskan melalui intensitas penggunaan media sosial dan keterlibatan mereka dalam jaringan sosial yang lebih luas. Media digital memungkinkan individu memperoleh rekomendasi, ulasan, serta validasi sosial secara cepat dan berkelanjutan. Penelitian oleh Casaló et al. (2020) menunjukkan bahwa interaksi melalui media sosial dapat memperkuat pengaruh kelompok referensi terhadap perilaku individu. Di sisi lain, norma budaya yang berkembang di masyarakat juga dapat membentuk ekspektasi mengenai peran gender dalam proses pengambilan keputusan. Perempuan sering kali didorong untuk mempertimbangkan kepentingan kelompok dan menjaga keharmonisan hubungan sosial. Hal tersebut menyebabkan mereka lebih responsif terhadap masukan dari lingkungan sekitar. Dengan demikian, perbedaan tingkat *social influence* yang ditemukan dalam penelitian ini tidak dapat dipahami hanya dari aspek biologis, tetapi juga perlu ditinjau dari perspektif sosial, budaya, dan perkembangan teknologi. Temuan ini sejalan dengan penelitian Djafarova dan Bowes, (2020) yang menegaskan bahwa perempuan cenderung lebih dipengaruhi oleh interaksi sosial digital dibandingkan laki-laki.

Secara keseluruhan, hasil penelitian memberikan kontribusi empiris terhadap pengembangan kajian mengenai pengaruh sosial berdasarkan perspektif gender. Temuan bahwa perempuan memiliki tingkat *social influence* yang lebih tinggi dibandingkan laki-laki menunjukkan pentingnya mempertimbangkan karakteristik demografis dalam merancang strategi komunikasi, pemasaran, maupun intervensi sosial. Menurut Lim et al. (2022) efektivitas suatu pesan akan meningkat apabila disesuaikan dengan karakteristik audiens yang menjadi sasaran. Dalam praktiknya, organisasi maupun pelaku usaha dapat memanfaatkan pengaruh kelompok referensi, komunitas, dan komunikasi interpersonal untuk meningkatkan efektivitas program yang ditujukan kepada perempuan. Sementara itu, pendekatan yang lebih menekankan aspek rasional dan kemandirian dapat dipertimbangkan untuk kelompok laki-laki. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan analisis deskriptif dan belum menguji signifikansi perbedaan antar kelompok secara inferensial. Selain itu, ketidakseimbangan jumlah responden antara laki-laki dan perempuan juga berpotensi memengaruhi generalisasi hasil penelitian. Oleh sebab itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan teknik analisis komparatif, seperti uji *independent sample t-test* atau *Mann-Whitney U test*, serta mempertimbangkan variabel lain, seperti usia, pendidikan, dan intensitas penggunaan media sosial. Dengan demikian, pemahaman mengenai dinamika *social influence* berdasarkan gender dapat dikembangkan secara lebih komprehensif dan mendalam.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis statistik deskriptif dan pembahasan penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan tingkat *social influence* antara responden laki-laki dan perempuan. Responden perempuan menunjukkan nilai rata-rata *social influence* yang lebih tinggi dibandingkan responden laki-laki, yaitu sebesar 94,62 berbanding 89,76, yang mengindikasikan bahwa perempuan cenderung lebih mempertimbangkan pendapat, rekomendasi, dan norma sosial dalam membentuk sikap maupun mengambil keputusan. Selain itu, nilai standar deviasi yang lebih rendah pada kelompok perempuan menunjukkan bahwa persepsi mereka terhadap pengaruh sosial relatif lebih konsisten dibandingkan laki-laki yang memiliki variasi jawaban lebih beragam.

Temuan ini menguatkan pandangan bahwa karakteristik gender berperan dalam membentuk respons individu terhadap pengaruh lingkungan sosial, di mana perempuan memiliki orientasi relasional dan keterikatan sosial yang lebih kuat. Hasil penelitian juga menegaskan bahwa *social influence* tidak hanya dipengaruhi oleh faktor individual, tetapi turut dibentuk oleh interaksi sosial, konstruksi peran gender, serta perkembangan teknologi komunikasi yang memperluas ruang interaksi antarindividu. Dengan demikian, jenis kelamin menjadi aspek penting yang perlu dipertimbangkan dalam memahami dinamika pengaruh sosial dan dalam merancang strategi komunikasi, pemasaran, maupun intervensi sosial yang lebih efektif dan sesuai dengan karakteristik kelompok sasaran.

Daftar Pustaka

- Arina Tveleneva, Christin Scholz, Emily B. Falk, Carolyn Yoon, Matthew D. Lieberman, Nicole Cooper, Matthew Brook O'Donnell, & C. N. C. (2023). *The Relationship Between Agency, Communion, and Neural Processes Associated with Conforming to Social Influence*. 2013, 0–22.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0191886923002222>
- Axel Franzen, S. M. (2023). *The power of social influence : A replication and extension of the Asch experiment*. 1–14. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0294325>
- Casaló, L. V, Flavián, C., & Ibáñez-sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 117(July 2018), 510–519. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- Cross, S. E., Hardin, E. E., & Gercek-swing, B. (2013). *Personality and Social Psychology Review: The What, How, Why, and Where of Self-Construal*. 15(2), 142–179. <https://doi.org/10.1177/1088868310373752>
- Cunningham, S. J., & , Jacqui Hutchison, Natalie Ellis, Ivana Hezelyova, L. A. W. (2023). *The cost of social influence : Own-gender and gender-stereotype social learning biases in adolescents and adults*. 1–24.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0290122>
- Djafarova, E., & Bowes, T. (2020). Instagram made Me buy it': Generation Z impulse purchases in fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services*, xxxx, 102345. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102345>
- Platow, M. J., Strong, I., Grace, D. M., Knight, C. G., Bar-tal, D., Spears, R., Rooy, D. Van, Platow, M. J., Strong, I., Grace, D. M., Knight, C. G., Bar-tal, D., Spears, R., & Gender-based, D. V. R. (2024). Gender-based in-group social influence can lead women to view a hostile sexist attitude as less prejudiced and more true. *The Journal of Social Psychology*, 164(6), 995–1007. <https://doi.org/10.1080/00224545.2023.2228996>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: A Synthesis and the Road Ahead. *Journal of the Association for Information Systems*, 17(5). <https://doi.org/10.17705/1jais.00428>
- Vladimir Melynk, Francois A. Carrillat, V. M. (2021). The Influence of Social Norms on Consumer Behavior: A Meta-Analysis. *Journal of Marketing*, 86(3). <https://doi.org/10.1177/00222429211029199>
- Weng Marc Lim, Tareq Rasul, Satish Kumar, M. A. (2022). Past , present , and future of customer engagement. *Journal of Business Research*, 140(May 2021), 439–458. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.11.014>
- Wood, W., & Eagly, A. H. (2015). *Two Traditions of Research on Gender Identity*. 461–473. <https://doi.org/10.1007/s11199-015-0480-2>