

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DENGAN  
IMPULSIVE BUYING TERHADAP PRODUK FASHION PADA  
MAHASISWA UNIVERSITAS DIPONEGORO**

Vera Ardiana  
15000119130316

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275  
Email: [verardiana2@gmail.com](mailto:verardiana2@gmail.com)

**ABSTRAK**

Generasi Z saat ini merupakan generasi pengguna aktif *e-commerce*. Generasi Z adalah generasi yang disebut dengan generasi internet dan lahir pada rentang tahun 1995-2010. Mahasiswa saat ini adalah generasi Z karena lahir pada rentang tahun tersebut. *Trend fashion* saat ini mempengaruhi perilaku konsumtif masyarakat terutama mahasiswa. *Impulsive buying* merupakan salah satu aspek dari perilaku konsumtif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuktikan apakah terdapat hubungan antara konformitas teman sebaya dengan *impulsive buying* terhadap produk *fashion* pada mahasiswa Universitas Diponegoro. Pengumpulan data menggunakan dua skala yaitu Skala *Impulsive Buying* (17 aitem valid  $\alpha = 0,897$ ) dan skala konformitas teman sebaya (14 aitem valid  $\alpha = 0,826$ ). Analisis data menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara konformitas teman sebaya dengan *impulsive buying* terhadap produk *fashion* pada mahasiswa Universitas Diponegoro ( $r_{xy} = 0,240$ ;  $p=0,010$ ). Penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa yang memiliki konformitas teman sebaya tinggi, maka *impulsive buying* juga tinggi, begitu sebaliknya. Konformitas teman sebaya memberikan sumbangan efektif sebesar 5,7% dalam mempengaruhi *impulsive buying*, sedangkan sisanya yaitu sebesar 94,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Konformitas teman sebaya, *impulsive buying*, produk *fashion*

# **RELATIONSHIP BETWEEN PEER CONFORMITY AND IMPULSIVE BUYING OF FASHION PRODUCTS AMONG DIPONEGORO UNIVERSITY STUDENTS**

Vera Ardiana  
15000119130316

Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Mr. Sunario, Tembalang, Semarang, 50275  
Email: [verardiana2@gmail.com](mailto:verardiana2@gmail.com)

## **ABSTRAK**

Generation Z is currently a generation of active e-commerce users. Generation Z is a generation known as the internet generation and was born between 1995-2010. Currently, college students are part of Generation Z because they were born in that year. Trend fashion currently influences people's consumptive behavior, especially collage students. Impulsive buying is one aspect of consumptive behavior. The research aimed to investigate the relationship between peer conformity and impulsive buying of fashion products among Diponegoro University students. Data collection uses two scales, namely the Impulsive Buying Scale (17 valid items  $\alpha = 0,897$ ) and Peer Conformity Scale (14 valid items  $\alpha = 0,826$ ). Data analysis used simple regression analysis. The result of the research shows that there is a significant positive relationship between peer conformity and impulsive buying of fashion products among Diponegoro University students ( $r_{xy} = 0,240$ ;  $p=0,010$ ). This study shows that college students who have high peer conformity have high impulsive buying, and vice versa. Peer conformity makes an effective contribution of 5.7% to influencing impulse buying, while the remaining 94.3% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Peer conformity, impulsive buying, fashion product





