

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap permasalahan remaja putri, yang termasuk dalam tahap perkembangan remaja akhir yang mudah dipengaruhi oleh teman sebaya dalam melakukan pembelian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian produk pakaian secara *online* pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif secara *online* terhadap produk pakaian pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini adalah mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang berusia 18 tahun sampai 21 tahun yang berjumlah 85 mahasiswi. Pengambilan subjek menggunakan teknik *simple random sampling*. Alat ukur yang digunakan pada penelitian ini yaitu Skala Konformitas dan Skala Perilaku Konsumtif Secara *Online*. Hasil penelitian dianalisis dengan teknik korelasi *product moment*. Hasil koefisien korelasi ($r_{xy} = 0,758$ ($p = 0,000$)). Hasil tersebut menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif antara konformitas dengan perilaku konsumtif pembelian produk pakaian secara online pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui bahwa kontribusi konformitas terhadap perilaku konsumtif produk pakaian secara online pada mahasiswi Universitas Mercu Buana Yogyakarta memiliki sumbangan efektif sebesar 57,5% dan 42,5% dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada mahasiswi dalam pengendalian diri terkait pembelian *online* suatu produk pakaian agar dapat mengutamakan kebutuhan di atas keinginan.

Kata kunci : konformitas, perilaku konsumtif secara *online*, produk pakaian

ABSTRACT

This study aims to reveal the problems of adolescent girls, which are included in the late adolescent developmental stage who are easily influenced by peers in making purchases. This study aims to determine the relationship between conformity and consumptive behavior in purchasing clothing products online at Mercu Buana University students, Yogyakarta. The hypothesis in this study is that there is a positive relationship between conformity and online consumptive behavior on clothing products at Mercu Buana University Yogyakarta students. The subjects in this study were students of the University of Mercu Buana Yogyakarta aged 18 to 21 years, totaling 85 female students. Taking the subject using simple random sampling technique. The measuring instrument used in this research is the Conformity Scale and the Online Consumptive Behavior Scale. The measuring tools used in this study are the Conformity Scale and the Online Consumptive Behavior Scale. The results of the study were analyzed using the product moment correlation technique. The results of the correlation coefficient (r_{xy}) = 0,758 ($p = 0,000$). These results indicate that there is a positive relationship between conformity and consumptive behavior in purchasing clothing products online at Mercu Buana University Yogyakarta students. Based on the results of this study, it is known that the contribution of conformity to the consumer behavior of online clothing products at Mercu Buana University Yogyakarta students has an effective contribution of 57.5% and 42.5% is influenced by other factors. The results of this study are expected to provide information to female students in self-control related to online purchasing of a clothing product to be able to prioritize needs over desires.

Keywords: *conformity, online consumptive behavior, clothing products*