

**PERAN KONFORMITAS TEMAN SEBAYA DAN KENYAMANAN
PELAYANAN TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF MELALUI SHOPEE
PADA MAHASISWA FAKULTAS PSIKOLOGI UNISSULA**

Rizqi Ananda Putri

Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung

Fakultas Psikologi Universitas Islam Sultan Agung

Email: rizqianandaputri2016@gmail.com

ABSTRAK

Pada penelitian ini bertujuan untuk dapat mengetahui peran konformitas teman sebaya dan kenyamanan pelayanan terhadap perilaku belanja konsumtif *online* melalui *shopee* pada mahasiswa Fakultas Psikologi UNISSULA. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Psikologi di UNISSULA dengan jumlah sampel 240 mahasiswa dan teknik pada penelitian ini menggunakan teknik *cluster random sampling*. Alat ukur dalam penelitian menggunakan 3 skala. Skala pertama adalah skala perilaku konsumtif mendapatkan reliabilitas sebesar 0,968 dari 29 aitem, skala kedua yaitu skala konformitas teman sebaya mendapatkan reliabilitas sebesar 0,916 dari 25 aitem dan skala ketiga yaitu kenyamanan pelayanan mendapatkan sebesar reliabilitas 0,874 dari 29 aitem. Teknik analisis pada penelitian ini menggunakan teknik regresi berganda dan korelasi parsial. Hipotesis pertama mendapatkan hasil nilai R sebesar 0,779 dan F_{hitung} sebesar 206,697 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,01$). Pada hipotesis kedua mendapatkan hasil r_{xly} sebesar 0,716 dengan signifikansi 0,000 ($p < 0,05$), dapat dan hipotesis ketiga mendapatkan hasil r_{x2y} sebesar 0,252 dengan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$), yang dapat diartikan bahwa semua hipotesis yang diajukan diterima dan adanya hubungan positif antara konformitas teman sebaya dan kenyamanan pelayanan dengan perilaku konsumtif. Sumbangan efektif pada variabel konformitas teman sebaya dan kenyamanan pelayanan terhadap perilaku konsumtif mendapatkan hasil sebesar 60,8%.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Konformitas Teman Sebaya dan Kenyamanan Pelayanan

ROLE OF PEOPLE CONFORMITY AND SERVICE COMFORT TOWARDS CONSUMPTIVE BEHAVIOR THROUGH *SHOPEE* IN STUDENTS OF THE FACULTY OF PSYCHOLOGY UNISSULA

Rizqi Ananda Putri

Student of the Faculty of Psychology, Sultan Agung Islamic University,
Faculty of Psychology, Sultan Agung Islamic University

Email: rizqianandaputri2016@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the role of peer conformity and service convenience to consumer shopping behavior *online* through *shopees* in students of the Faculty of Psychology, UNISSULA. The population in this study were students of the Faculty of Psychology at UNISSULA with a total sample of 240 students and the technique in this study used the *cluster random sampling technique*. Measuring instruments in the study using 3 scales. The first scale is the consumptive behavior scale getting a reliability of 0.968 out of 29 items, the second scale is the peer conformity scale getting a reliability of 0.916 from 25 items and the third scale is the convenience of service getting a reliability of 0.874 from 29 items. The analysis technique in this study uses multiple regression techniques and partial correlation. The first hypothesis gets an R value of 0.779 and an F_{count} of 206.697 with a significance of 0.000 ($p < 0.01$). In the second hypothesis, the result of r_{xly} is 0.716 with a significance of 0.000 ($p < 0.05$) and the third hypothesis gets r_{x2y} of 0.252 with a significance of 0.000 ($p < 0.05$), which means that all the proposed hypotheses are accepted and there is a positive relationship between peer conformity and service convenience with consumptive behavior. The effective contribution to the peer conformity variable and the convenience of service to consumptive behavior got a result of 60.8%.

Keywords : Consumptive Behavior, Peer Conformity and Service Convenience