

HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN NIAT MEMBELI PRODUK *FASHION* MEREK LUAR NEGERI PADA GENERASI Y

Nicolaus Suryo Chrisderianto

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan niat membeli produk *fashion* merek luar negeri pada generasi Y. Hipotesis penelitian ini adalah adanya hubungan positif antara konformitas dan niat membeli produk *fashion* merek luar negeri pada generasi Y. Subjek dalam penelitian berjumlah 507 orang di Indonesia yang tahun kelahirannya antara tahun 1981 hingga 2000. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah skala konformitas dan skala niat membeli. Skala konformitas terdiri dari 28 item dengan koefisien reliabilitas $\alpha = 0,847$ dan skala niat membeli terdiri dari 4 item dengan koefisien reliabilitas $\alpha = 0,876$ yang disebarkan kepada subjek melalui *google form* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data yang dilakukan menggunakan *Spearman's rho Correlation* karena terdapat hubungan yang linear dan tidak terdistribusi secara normal. Hasil analisis menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian diterima. Diketahui $r = 0,172$, dengan nilai signifikan $p = 0,000$. Hasil ini menunjukkan bahwa konformitas memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap niat membeli produk *fashion* merek luar negeri pada generasi Y. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi niat membeli produk *fashion* merek luar negeri pada generasi Y.

Kata kunci: konformitas, niat membeli, generasi Y, *fashion* merek luar negeri

CORRELATION BETWEEN CONFORMITY AND FOREIGN FASHION BRAND PRODUCTS PURCHASE INTENTION ON GENERATION Y

Nicolaus Suryo Chrisderianto

ABSTRACT

The current study was aimed to investigate the correlation between conformity and foreign fashion brands products purchase intention on generation Y. This research hypothesis is about the positive correlation between conformity and foreign fashion brand products purchase intention on generation Y. There are 507 subjects that born in 1981 till 2000. Conformity scale and purchase intention scale were used to collect the data. There are 28 items from conformity scale with reliability coefficient $\alpha = 0.847$ and there are 4 items from purchase intention scale with reliability coefficient $\alpha = 0.876$ which distributed via google form with purposive sampling method. Data were analyzed with Spearman's Rho Correlation technique because there is a linear correlation and the data did not follow normal distribution. The result from the analysis shown that hypothesis is acceptable. The research found $r = 0,172$, with significant value $p = 0.000$. This result shown that conformity has a significant positive correlation with foreign fashion brand products purchase intention on generation Y. This result shown that the higher conformity, the higher foreign fashion brand products purchase intention on generation Y.

Keywords: *conformity, purchase intention, generation Y, foreign fashion brand products*