

## HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS DAN IMPULSIVE BUYING PADA KONSUMEN KEDAI KOPI DEWASA AWAL DI YOGYAKARTA

*Renate Diyan Damayanti*

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara konformitas dengan perilaku *impulsive buying* konsumen kedai kopi di Yogyakarta. Hipotesis dari penelitian ini adalah adanya hubungan yang positif antara konformitas dan perilaku *impulsive buying* pada konsumen kedai kopi di Yogyakarta. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 198 orang dewasa awal dengan rentang usia antara 18-40 tahun dan merupakan konsumen dari kedai kopi yang ada di Yogyakarta. Alat pengumpulan data yang digunakan adalah 18 item skala konformitas ( $\alpha = 0.805$ ) dan 20 item skala *impulsive buying* ( $\alpha = 0.709$ ) yang disebar menggunakan *google form* dengan metode *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji korelasi *spearman's rho* karena data dalam penelitian ini terdistribusi secara tidak normal. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa adanya hubungan positif dan signifikan antara konformitas dengan *impulsive buying* ( $r = 0,91$ ,  $p = 0,000$ ). Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi konformitas maka semakin tinggi perilaku *impulsive buying* pada konsumen kedai kopi di Yogyakarta.

**Kata kunci:** Konformitas, *impulsive buying*, dewasa awal, konsumen kedai kopi

***CORRELATION BETWEEN CONFORMITY AND IMPULSIVE BUYING OF  
EARLY ADULTS COFFEE SHOP CONSUMERS IN YOGYAKARTA***

***Renate Diyan Damayanti***

**ABSTRACT**

This research aimed to observe the relationship between conformity and impulsive buying behaviour of coffee shop consumers in Yogyakarta. The hypothesis of this research is that there is a positive relationship between conformity and impulsive buying behaviour among coffee shop consumers in Yogyakarta. The subjects of this research were 198 early adults aged 18-40 years who are consumers of coffee shops in Yogyakarta. The data collection tools used in this research were 18 items of conformity scale ( $\alpha = 0.805$ ) and 16 items of impulsive buying scale ( $\alpha = 0.709$ ) which were distributed using Google form with the purposive sampling method. This research used the Spearman's rho correlation test analysis technique as the data in this study was abnormally distributed. The correlation test results showed that there is a positive and significant relationship between conformity and impulsive buying ( $r = 0.291$ ,  $p = 0.000$ ). This result shows that the higher the conformity, the higher the impulsive buying behaviour of coffee shop consumers in Yogyakarta.

**Kata kunci:** *conformity, impulsive buying, early adult, coffee shop consumers*