

**PERAN KONFORMITAS DALAM HUBUNGAN ANTARA HARGA DIRI
DAN *IMPULSIVE BUYING* PADA REMAJA PUTRI**

Bernadeta Feni Marettha

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperjelas struktur hubungan antara harga diri, konformitas dan *impulsive buying* pada remaja putri, dengan cara mencari tahu peran konformitas dalam struktur hubungan tersebut apakah sebagai mediator atau sebagai moderator. Pertanyaan penelitian yang diajukan dalam penelitian ini adalah apa peran konformitas dalam struktur hubungan antara harga diri dan *impulsive buying* pada remaja putri? Pengambilan sampel dilakukan di pusat perbelanjaan di Yogyakarta. Subjek penelitian ini adalah remaja putri yang berusia 12 – 21 tahun, berjumlah 160 orang. Jenis penelitian ini adalah korelasional dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *incidental sampling* sehingga subjek yang menjadi sampel penelitian adalah remaja putri yang sedang berada pada situasi dan waktu yang sama dengan pelaksanaan penelitian berlangsung. Teknik analisis data adalah analisis regresi dengan bantuan program *SPSS 16.0 for Windows*. Hasil analisis penelitian ini ditemukan bahwa peran konformitas dalam hubungan antara harga diri dan *impulsive buying* pada remaja putri adalah sebagai moderator ($B = 0,047$, $p = 0,003$). Ini menunjukkan bahwa tinggi atau rendahnya tingkat harga diri remaja putri tidak mempengaruhi tinggi atau rendahnya tingkat konformitas mereka terhadap tingkat pembelian impulsif.

Kata kunci : harga diri, konformitas, *impulsive buying*, moderator, mediator

THE ROLE OF CONFORMITY IN RELATION BETWEEN SELF-ESTEEM AND IMPULSIVE BUYING ON FEMALE ADOLESCENT

Bernadeta Feni Marettha

ABSTRACT

The research is aimed to clarify the related structure between self-esteem, conformity, and impulsive buying on female adolescent, by finding out the role of conformity in the structure relationships whether as mediator or moderator. The question of research was what is the role of conformity in the structure relationship between self-esteem and impulsive buying on female adolescent? Research sampling was conducted on a shopping center in Yogyakarta. The subject of this research were female adolescent who aged 12 – 21 years old. The amount of subject were 160 people. The research used a correlation design. Techniques used to collect the population sample was incidental sampling, so that the subject in the research were female adolescent who are occurred at the same time and situation when the research was conducted. The data was analyzed using regression analysis by SPSS 16.0 for Windows. The result shown that the role of conformity in a structure relationship between self-esteem and impulsive buying was as moderator ($B = 0,047$, $p = 0,003$). It means that high or low level of self-esteem on female adolescent do not affect the level of conformity to impulsive buying.

Keyword : self-esteem, conformity, impulsive buying, moderator, mediator