

**HUBUNGAN ANTARA KONFORMITAS TERHADAP INTENSI
MEMBELI *ONLINE* PADA MAHASISWA UNIVERSITAS HKBP
NOMMENSEN MEDAN**

1. Adela Saputri
2. Astria Sri Lestari Sibarani
3. Agus Sugiharto

Jurusan Psikologi
Fakultas Psikologi Universitas Prima Indonesia

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya hubungan antara konformitas teman sebaya dengan intensi membeli *online* pada mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas HKBP Nommensen Medan yang berjumlah 903 mahasiswa/i. Sedangkan sampel yang diambil adalah sebanyak 251 mahasiswa/i menggunakan metode *Disproportionate Stratified Random Sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, data penelitian dikumpulkan menggunakan skala konformitas dengan 26 butir aitem dan skala intensi membeli *online* dengan 27 butir aitem. Uji asumsi yang digunakan terdiri dari uji normalitas dan uji linearitas. Data dianalisis menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment* dengan bantuan *SPSS 21 for Windows*. Hasil analisis data menunjukkan adanya hubungan positif antara konformitas teman sebaya dengan intensi membeli *online* pada mahasiswa/i Universitas HKBP Nommensen Medan dengan koefisien korelasi *Pearson Product Moment* sebesar $R = 0.489$ dengan $\text{sig. } 0.000$ ($p < 0.005$).

Kata kunci: mahasiswa/i, konformitas teman sebaya, intensi membeli *online*.

**THE RELATIONSHIP BETWEEN CONFORMITY AND THE INTENTION
OF BUYING ONLINE IN UNIVERSITY HKBP NOMMENSEN MEDAN
STUDENTS**

1. Adela Saputri
2. Astria Sri Lestari Sibarani
3. Agus Sugiharto

Major: Psychology
Faculty of Psychology Universitas Prima Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the relationship between peer conformity and the intention of buying online. The population are all of University HKBP Nommensen's students. Disproportionate Stratified Random Sampling was chosen in this study for sampling technique, and the subjects or respondents were taken as 251 university students. Quantitative method utilized in this study research. Data were collected using a conformity scale consisting of 26 items, and the intention of buying scale consisting of 27 items. The assumption test used consists of a normality test and a linearity test. Data were analyzed using Pearson Product Moment correlation test with the help of SPSS 21 for Windows. The result of the data analysis showed a positive relationship between peer conformity and the intention of buying online in University HKBP Nommensen Medan Students with a Pearson Product Moment correlation coefficient of $R = 0.489$ with sig. 0.000 ($p < 0.005$).

Keywords: *university students, peer conformity, the intention of buy.*